

Regione Umbria



Programma di Sviluppo Rurale per l'Umbria

2014-2020

(Decisione C(2015)4156 del 12 giugno 2015)

STRATEGIA DI INFORMAZIONE E PUBBLICITA'

(Reg. UE 808/2014 art. 13)



Premessa

Il presente documento descrive la Strategia di informazione e pubblicità del Programma di sviluppo rurale 2014-2020 della Regione Umbria, adottato dalla Commissione europea con decisione n. C(2015) 4156 codice CCI 2014IT06RDRP012, del 12 giugno 2015.

In applicazione con quanto previsto dal regolamento (UE) 808/2014 (art. 13, allegato III), si definiscono le caratteristiche, le priorità, gli obiettivi e i destinatari della Strategia di informazione e pubblicità del PSR per l'Umbria 2014-2020, dettagliando le azioni e le relative modalità di esecuzione. Si definisce, altresì, un budget previsionale e fornisce indicazioni sul monitoraggio e sulle modalità che saranno adottate per la valutazione dei risultati raggiunti.

Annualmente la Strategia sarà aggiornata con il dettaglio delle attività operative programmate per l'anno successivo. Peraltro l'articolo 13 del regolamento (UE) n. 808/2014 dà facoltà all'Autorità di gestione di modificare la Strategia, previa approvazione del Comitato di sorveglianza, durante tutto il periodo di programmazione, per rispondere efficacemente a bisogni ed esigenze emergenti.

La Strategia di informazione e pubblicità del PSR per l'Umbria 2014-2020, illustrata nel presente documento, tiene anche conto dell'esperienza della precedente programmazione nella definizione delle azioni di comunicazione che accompagneranno il PSR. La strategia è volta a sostenere il conseguimento degli obiettivi previsti dal Programma con azioni di comunicazione rivolte al pubblico in generale, ma soprattutto volte ad intercettare l'interesse dei target di destinatari/beneficiari previsti negli obiettivi specifici del PSR, di seguito riportati:

- Migliorare le competenze professionali degli imprenditori agricoli e forestali mediante interventi formativi, informativi e di cooperazione.
- Favorire forme di cooperazione tra i diversi soggetti che compongono l'intera filiera agricola, agroalimentare e forestale e il mondo della ricerca per introdurre, accompagnare e diffondere le innovazioni.
- Favorire l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita per migliorare le competenze, le conoscenze e le capacità manageriali degli imprenditori agricoli, agroalimentari e forestali.
- Aumentare il reddito delle imprese agricole, zootecniche e forestali attraverso l'ammodernamento, l'innovazione, la diversificazione, la promozione e la cooperazione tra le imprese con particolare riferimento ai settori tabacco, zootecnia, vino, olio e cereali.



- Favorire il ricambio generazionale nelle imprese agricole e forestali con l'inserimento stabile di giovani professionalizzati.
- Favorire l'integrazione e/o l'aggregazione delle imprese agricole agroalimentari e forestali per l'accrescimento del valore aggiunto lungo tutta la filiera e orientare le produzioni agricole verso una maggiore qualità e sicurezza alimentare anche attraverso l'introduzione di innovazioni di processo, di prodotto e di promo-commercializzazione.
- Sostenere il ripristino del potenziale produttivo ed infrastrutturale per far fronte ad eventi calamitosi.
- Conservare e tutelare la biodiversità e diffondere i sistemi agroforestali ad alto valore naturale nonché salvaguardare le aree montane e svantaggiate.
- Tutelare la qualità delle risorse idriche superficiali e profonde anche attraverso pratiche ecocompatibili e biologiche.
- Favorire una migliore gestione dei suoli agricoli e forestali anche tramite pratiche ecocompatibili e biologiche.
- Diffondere e valorizzare sistemi di razionalizzazione dell'uso dell'acqua in agricoltura anche attraverso introduzione di innovazioni.
- Favorire lo sviluppo delle energie rinnovabili nel settore agricolo ed agroalimentare anche attraverso introduzione di innovazioni.
- Aumentare l'uso dell'energia da fonti rinnovabili anche attraverso l'introduzione di innovazioni.
- Contribuire alla mitigazione dei cambiamenti climatici attraverso processi produttivi e pratiche gestionali che riducono l'emissione di gas serra ed ammoniaca anche attraverso l'introduzione di innovazioni.
- Sostenere i processi produttivi che favoriscono il sequestro del carbonio nel settore agricolo e forestale anche attraverso l'introduzione di innovazioni.
- Favorire il mantenimento e/o la crescita di opportunità occupazionali e di reddito nelle aree rurali.



- Migliorare l'attrattività e l'accessibilità del territorio rurale anche attraverso lo sviluppo e la promozione di servizi turistici e di base per la popolazione.
- Migliorare l'accessibilità *on line* per ridurre le disparità di cittadinanza e per ridare parità di sviluppo ai territori rurali.

1. Esperienze e risultati del precedente periodo di programmazione

L'esperienza maturata nel periodo di programmazione 2007-2013 rappresenta un utile elemento di cui tenere conto nella definizione della Strategia di informazione e pubblicità del PSR per l'Umbria 2014-2020. L'attuazione del Piano di comunicazione del PSR per l'Umbria 2007-2013 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 PSR, 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 variegati 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: il costante incremento nel numero di visitatori delle pagine dello sviluppo rurale del sito internet istituzionale (n. 14.201 nel 2011 – n. 19.791 nel 2012 – n. 20.945 nel 2013 – n. 3.201 nel primo bimestre 2014 ^(*)) le accredita come 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: in particolare la televisione, la stampa, sia quotidiana che periodica, i periodici specialistici di settore. Un ruolo informativo importante hanno avuto anche le monografie sul PSR pubblicate attraverso Umbria Agricoltura con i suoi circa 14.000 cittadini raggiunti ad ogni invio;
- allestimento di punti informativi in occasione di eventi di particolare rilevanza per il mondo agricolo e rurale regionale: hanno permesso di raggiungere, con azioni di informazione e comunicazione, un target decisamente ampio di cittadini che va ben oltre gli stessi addetti ai lavori;

(*) il dato è riferito al primo bimestre 2014 perché a partire da marzo 2014 è stata avviata la revisione integrale delle pagine web del sito istituzionale, con conseguente impatto negativo sul numero di visitatori.



- attività seminariale, divulgativa e convegnistica rivolta a: imprenditori ed 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:

- Affinamento delle modalità di circolazione delle notizie e delle conoscenze attraverso gli attori competenti per l'esecuzione del PSR: un migliore scambio documentale e di dati relativi all'attuazione del Programma 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 PSR per l'Umbria 2014-2020, chiara e identificabile e che renda l'identità del programma facilmente riconoscibile al grande pubblico ed 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. Si ritiene che l'integrazione con i social media (Youtube; blog: <http://agendadigitale.regione.umbria.it/>; Facebook: <https://www.facebook.com/Agenda-digitale-dellUmbria-488613727836749/timeline/>; Twitter: @AdUmbria) possa contribuire a fare crescere la capillarità della diffusione e l'interattività dei messaggi comunicativi;
- Potenziamento e maggiore diffusione territoriale delle attività seminariali, divulgative, convegnistiche e di grandi e spettacolari eventi. In tale ambito il coinvolgimento dei principali organismi rappresentativi delle imprese agricole e delle Organizzazioni professionali regionali, nella realizzazione delle attività seminariali e convegnistiche potrà consentire la diffusione capillare ed efficace dell'informazione e garantire, da parte delle aziende agricole, la piena comprensione delle complesse misure attivate e delle modalità operative.



2. APPROCCIO DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

La peculiarità del PSR per l'Umbria 2014-2020 in termini di destinatari ed obiettivi specifici, impone la necessità di definire una Strategia di informazione e pubblicità specifica, di natura mono fondo, con l'obiettivo, comunque, di affermare una visione unitaria dell'intervento dell'UE e di sviluppare sinergie nella comunicazione qualora dovessero attuarsi interventi complementari o integrati tra diversi Programmi. L'approccio scelto per la comunicazione del PSR è basato su 2 elementi chiave: la trasparenza ed efficacia della comunicazione verso i destinatari e la consapevolezza, nella popolazione, dell'intervento dei fondi UE. Contestualmente, l'approccio della Strategia deve rispecchiare quello generale della Commissione europea in materia di comunicazione, basato sui seguenti principi fondamentali:

- migliorare la visibilità e la conoscenza dei Fondi SIE, nello specifico del FEASR, tra i cittadini e rafforzare la consapevolezza dell'esistenza dell'Unione Europea e della sua legittimità, attraverso una valorizzazione della sua immagine e del suo ruolo;
- entrare in contatto con le persone rivolgendosi ai cittadini nei loro contesti locali, attraverso i loro mezzi di comunicazione preferiti con l'obiettivo di migliorare la loro conoscenza sui risultati delle politiche UE e in particolare dei progetti e delle buone pratiche realizzate grazie al FEASR, con la finalità di agevolare/aumentare la partecipazione ai progetti.

Da qui originano caratteristiche, obiettivi ed azioni previste dalla Strategia.

2.1 - CARATTERISTICHE DELLA STRATEGIA

La strategia di comunicazione del PSR per l'Umbria 2014-2020 presenta le seguenti caratteristiche:

1. Integrata

- con il partenariato istituzionale per favorire il coordinamento degli interventi e la condivisione delle informazioni tra i diversi attori istituzionali coinvolti; l'integrazione si attua attraverso la concertazione nell'ambito del "Tavolo per l'Alleanza" e il "Tavolo verde";
- con il partenariato economico-sociale ed associativo, attraverso tavoli tematici o eventi appositamente realizzati per argomenti specifici per favorire una diffusione delle informazioni più mirata e migliorare la capacità di analisi dei bisogni informativi di determinati target;
- con i CAA ed i professionisti più direttamente coinvolti nel processo di definizione e gestione del Programma;



- con i canali di comunicazione regionali, quali, ad esempio social blog: <http://agendadigitale.regione.umbria.it/> - Facebook: <https://www.facebook.com/Agenda-digitale-dellUmbria-488613727836749/timeline/> - Twitter: @AdUmbria, sfruttando la loro potenzialità e la loro riconoscibilità da parte del pubblico. Tale azione sinergica garantirà una grande visibilità delle iniziative promosse sul territorio;
- con l'OP-AGEA per la parte più direttamente coinvolta nel processo di de materializzazione delle procedure.

2. Differenziata

- i messaggi, i mezzi di comunicazione, il linguaggio saranno calibrati in base al target dei potenziali destinatari;
- per massimizzare l'efficacia della comunicazione e raggiungere e coinvolgere un numero sempre maggiore di destinatari, verrà adottata una varietà di strumenti, accrescendo anche l'uso di mezzi di comunicazione nuovi ed interattivi;
- La combinazione di linguaggi, mezzi e strumenti di volta in volta scelta dovrà assicurare una divulgazione tempestiva delle opportunità al fine di garantire la partecipazione dei potenziali beneficiari e promuovere una progettazione di qualità degli interventi.

3. Rivolta a tutto il territorio regionale

- la comunicazione mira a raggiungere in maniera uniforme, in tutte le aree della regione, tutti i target group individuati dal PSR 2014-2020;
- le azioni comunicative di carattere più generale e trasversale, rivolte a tutta la cittadinanza, saranno strutturate in modo da assicurare la copertura dell'intero territorio regionale.

4. Partecipata

- attraverso il coinvolgimento attivo dei destinatari, anche mediante i principali organismi rappresentativi delle imprese agricole, diffondendo altresì le esperienze dirette dei beneficiari che hanno usufruito degli interventi del PSR e che rappresentano i migliori testimoni dei vantaggi delle iniziative promosse;



- con linguaggio chiaro e semplice per raggiungere livelli elevati di trasparenza e consentire un dialogo effettivo con target di popolazione altrimenti escluse dal flusso comunicativo.

5. Inclusiva e attenta ai principi di pari opportunità

- nel linguaggio utilizzato, nelle immagini e negli elementi di grafica, garantendo uguaglianza di trattamento tra uomini e donne;
- negli strumenti resi accessibili ai disabili e ai soggetti svantaggiati.

La strategia sarà uno strumento flessibile e potrà essere rivista qualora dovesse rivelarsi necessario a seguito di monitoraggio, valutazione o eventuali indagini di customer satisfaction.

2.2 - FINALITÀ E PRIORITÀ DELLA STRATEGIA

Le priorità della presente Strategia di informazione e pubblicità sono:

- miglioramento della visibilità e della conoscenza del PSR per l'Umbria 2014-2020 tra i cittadini;
- accrescimento della consapevolezza dell'azione sinergica fra Unione Europea e Regione Umbria per il raggiungimento degli obiettivi e dei benefici tangibili sulla vita del cittadino;
- rafforzamento della consapevolezza dell'esistenza dell'Unione Europea e della sua legittimità, attraverso una valorizzazione dell'immagine e del ruolo che l'UE riveste nelle politiche per la qualificazione delle risorse umane, per l'occupazione e per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio e della società regionale, in chiave di benefici tangibili che esse portano alla vita del cittadino stesso;
- miglioramento della conoscenza dei cittadini sui risultati delle politiche UE e in particolare dei progetti e delle buone pratiche realizzate con il PSR allo scopo di accrescere la consapevolezza e promuovere la partecipazione ai progetti.

2.3 - OBIETTIVI

Gli obiettivi generali della strategia di informazione e pubblicità del PSR per l'Umbria 2014-2020, intorno ai quali saranno sviluppate le azioni di comunicazione, in coerenza con quanto previsto dai regolamenti (UE) n. 1305/2013 e n. 808/2014 sono i seguenti:



- incentivare e diffondere la conoscenza del PSR per l'Umbria 2014-2020, dei suoi obiettivi, dei risultati attesi e del suo impatto a livello territoriale, evidenziando il ruolo dell'UE e della Regione Umbria nel finanziamento del Programma, con particolare riferimento agli obiettivi trasversali indicati nel regolamento (UE) n. 1305/2013 (innovazione, ambiente, mitigazione dei cambiamenti climatici e l'adattamento ad essi);
- migliorare l'assistenza e garantire trasparenza, accessibilità e imparzialità nella fruizione delle opportunità offerte dal PSR, mettendo a disposizione di tutti i potenziali beneficiari e destinatari, (cittadini, enti di formazione, imprese e tutti gli altri soggetti interessati) strumenti e informazioni facilmente accessibili riguardanti le possibilità di finanziamento offerte;
- Informare dei benefici concreti ottenuti attraverso la realizzazione dei progetti e delle loro ricadute sulla vita della società umbra, fornendo assistenza e responsabilizzando i beneficiari nella comunicazione del progetto e farli diventare testimonial diretti dei vantaggi del programma nello sviluppo economico e sociale della Regione.

A partire da tali obiettivi generali sono definiti gli obiettivi specifici della presente Strategia di informazione e pubblicità:

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



- fornire assistenza ai beneficiari nella comunicazione del progetto e farli diventare testimonial diretti dei vantaggi del programma nello sviluppo economico e sociale della regione.

2.4 - DESTINATARI

Le previsioni del regolamento (UE) n. 808/2014 consentono di individuare due differenti gruppi target della Strategia, pubblico e beneficiari, che prevede delle azioni tra loro integrate, progettate e realizzate con riferimento ai destinatari e agli interlocutori da coinvolgere. Allo scopo di garantire la massima inclusione, le azioni saranno realizzate utilizzando un giusto mix di strumenti e linguaggi innovativi e tradizionali.

Il **pubblico**, gruppo target molto ampio ed eterogeneo costituito da tutta la popolazione umbra, tra cui i potenziali destinatari delle operazioni del PSR. I cittadini e le cittadine dell'Umbria saranno informati sul Programma nelle sue varie fasi di attuazione, con azioni che, a seguito di monitoraggio, valutazione o eventuali indagini di customer satisfaction, potranno anche essere mirate per specifiche categorie:

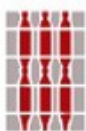
- opinione pubblica in senso globale e segmentata per gruppi di età, livello di istruzione, utilizzo di canali e strumenti di comunicazione;
- giovani, con particolare riferimento al mondo della scuola, dell'università e della formazione;
- mondo dell'associazionismo con particolare attenzione alle tematiche legate alla cultura, all'ambiente e al sociale;
- donne, nel rispetto dei principi delle pari opportunità;
- persone con disabilità e svantaggiate, che dovranno poter accedere alle informazioni disponibili;
- cittadini potenziali beneficiari. Questo gruppo target deve essere informato, nel rispetto dei principi di trasparenza e parità di trattamento, sugli interventi finanziabili e sulle modalità e procedure previste dal PSR per la presentazione delle domande di finanziamento.
-

I **beneficiari effettivi**. A questo gruppo target va assicurato un accesso immediato alle informazioni necessarie alla corretta gestione e attuazione degli interventi. Particolare attenzione va rivolta agli obblighi informativi e pubblicitari a loro carico. A questo proposito, compito dell'AdG è quello predisporre e mettere a disposizione strumenti adeguati a facilitare il loro compito e allo stesso tempo rendere più efficaci le loro azioni di comunicazione. I beneficiari potranno diventare effettivamente testimoni dei vantaggi e degli effetti del Programma sul territorio regionale.



Oltre che ai gruppi target sopra indicati, la presente Strategia prevede azioni di informazione e pubblicità anche per un ulteriore gruppo target, quello dei **moltiplicatori dell'informazione**, soggetti, cioè, in grado di amplificare la trasmissione delle informazioni relative al PSR allo scopo di raggiungere in maniera capillare il singolo individuo, quali:

- il partenariato rappresentato nel Comitato di sorveglianza (autorità locali, ricerca e innovazione, sociale, economia, società civile, partner ambientali);
- i mass media, in quanto intermediari e target dell'attività di comunicazione (stampa, televisione, radio, web e social media), al fine di raggiungere in modo efficiente e durevole altri target e diffondere ampiamente le informazioni;
- gruppi di destinatari specifici, di volta in volta individuati in base agli interventi da promuovere, in grado di ritrasmettere le informazioni ai potenziali beneficiari (autorità pubbliche, università e centri di ricerca, scuole, organismi di formazione, imprese e loro rappresentanza, organizzazioni professionali, parti economiche e sociali, organizzazioni non governative, organizzazioni che rappresentano il mondo economico, organismi che promuovono le pari opportunità, organismi del terzo settore, ecc.). Già in questa fase è possibile individuare, tra i soggetti destinatari di specifici interventi:
 - funzionari della Regione, tecnici degli organismi rappresentativi delle imprese agricole e delle organizzazioni professionali regionali che più direttamente sono coinvolti nella gestione del Programma, sui quali è necessario intervenire , tra l'altro, per garantire un'interpretazione uniforme e chiara delle norme;
 - gruppi di Azione Locale già costituiti o che non hanno ancora assunto una struttura legalmente costituita (Enti di diritto pubblico o privato a cui il partenariato ha dato formale delega). Ad essi saranno dedicati in particolare interventi di comunicazione atti a prevenire i ritardi nella attivazione degli interventi che si sono verificati nella passata programmazione;
 - tutti i potenziali beneficiari delle misure di nuova introduzione. In particolare l'AdG riconosce agli interventi previsti dalla Misura 16 (cooperazione) un ruolo strategico nella caratterizzazione del PSR Umbria 2014-2020 quale strumento di crescita intelligente, sostenibile e inclusiva. E proprio ai beneficiari individuati per gli interventi della Misura 16 sarà rivolto uno specifico intervento di comunicazione volto a diffondere la consapevolezza sugli obiettivi e i risultati attesi dalla Misura in termini di ricerca e innovazione, la conoscenza di requisiti e criteri necessari per potere fruire dei benefici previsti;
 - associazionismo, in particolare quello culturale, ambientale, sociale. Realtà che potrà essere oggetto e, allo stesso tempo, tramite di attività di comunicazione azioni di informazione su



contenuti e obiettivi del PSR per l'Umbria 2014-2020 e la sua attuazione, nonché sul ruolo svolto nel Programma dall'Unione Europea e dalla Regione;

- mondo della scuola nel suo insieme che sarà interessato da azioni di comunicazione volte ad informare sia sui contenuti e obiettivi del PSR per l'Umbria 2014-2020 e la sua attuazione, nonché sul ruolo svolto nel Programma dall'Unione Europea e dalla Regione, sia a favorire una più ampia comprensione degli interventi.

3. AZIONI DI COMUNICAZIONE E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

La presente Strategia intende attuare, in linea con gli obiettivi e i destinatari sopra indicati, una molteplicità di azioni, utilizzando in maniera integrata diversi canali e strumenti, per raggiungere i propri obiettivi e offrire la massima visibilità al Programma e garantire la trasparenza degli interventi e l'accessibilità ai finanziamenti:

- azioni indirizzate all'opinione pubblica per informare i cittadini su contenuti e obiettivi del PSR per l'Umbria 2014-2020 e la sua attuazione, nonché sul ruolo svolto nel Programma dall'Unione Europea e dalla Regione;
- azioni dirette ai potenziali beneficiari e soggetti moltiplicatori, con contenuti e messaggi mirati, allo scopo di favorire la più ampia comprensione degli interventi e delle modalità per accedere ai finanziamenti;
- azioni informative dirette per sostenere e facilitare i beneficiari nell'adempimento degli obblighi di comunicazione post-finanziamento.

Il messaggio comunicativo sarà semplice, chiaro, ed efficace e dovrà caratterizzarsi come identificativo della comunicazione del PSR per l'Umbria 2014-2020 per coinvolgere e ravvivare l'interesse in chi è già informato e, contemporaneamente, essere percepito dal pubblico meno informato come segno dell'impegno della Regione in favore della collettività regionale. A tal fine potrebbe rivelarsi utile il ricorso a servizi specialistici di agenzia stampa e Digital PR che possano fornire assistenza nella creazione, organizzazione e sviluppo di relazioni comunicative con i vari media (stampa, tv, radio, internet e social media) così da garantire la capillare diffusione dei messaggi informativi e pubblicitari del PSR per l'Umbria 2014-2020.

Il logo identificativo del PSR per l'Umbria 2014-2020 è stato già sviluppato e utilizzato in occasione dell'evento di lancio (23.07.2015). Il concept, lo stile grafico di comunicazione ed il relativo manuale d'uso sono in fase di messa a punto.



Un'attenzione particolare sarà posta nei confronti dei cittadini con disabilità e svantaggiati, affinché i materiali di comunicazione siano disponibili in formati accessibili a tutti. Ciò per consentire la loro inclusione tra i destinatari degli interventi di divulgazione e partecipazione, garantendo l'accessibilità e l'usabilità dei dispositivi. In tal senso sarà importante l'interazione con associazioni/enti rappresentati dei diritti dei disabili e delle persone svantaggiate a livello regionale che fungeranno da soggetti intermediari per queste categorie di persone, in particolare sarà fatto riferimento ai soggetti dell'Osservatorio regionale sulle disabilità e della Consulta regionale per l'immigrazione.

La Regione Umbria mette a disposizione dei cittadini una specifica sezione del proprio sito web istituzionale dedicata al Programma: www.svilupporurale.regione.umbria.it in cui sono disponibili le informazioni e i documenti relativi al PSR 2014-2020.

Il sito della Regione Umbria è accessibile nel rispetto delle regole della normativa nazionale per l'accessibilità.

Per quanto riguarda il ricorso ai social-network, la comunicazione relativa al PSR sarà affidata a specifici spazi della Regione (per Facebook – Twitter - Opendata) e a un proprio account per quanto riguarda YouTube.

3.1 - AZIONI DI COMUNICAZIONE

1. Azioni dirette al pubblico

Le azioni di informazione e pubblicità destinate al pubblico devono realizzarsi attraverso informazioni sintetiche e significative e la citazione di esempi concreti dei progetti realizzati con il sostegno del FEASR e dare immediata percezione ai cittadini del ruolo dell'Unione europea, dello Stato e della Regione:

- nella condivisione di politiche e interventi volti a conseguire il pieno raggiungimento degli obiettivi generali di: stimolo della competitività del settore agricolo; garanzia di gestione sostenibile delle risorse naturali e dell'azione per il clima; realizzazione di uno sviluppo territoriale equilibrato delle economie e comunità rurali, compresi la creazione e il mantenimento di posti di lavoro;
- nella condivisione delle proprie risorse finanziarie ed umane negli interventi, volti a tali finalità, attraverso il PSR per l'Umbria 2014-20.



Gli interventi informativi e pubblicitari rivolti al grande pubblico curati dall'Autorità di gestione sono riconducibili a:

- realizzazione di un evento di lancio del PSR (23.07.2015), in cui sono state presentate le novità della nuova programmazione per consentire al sistema regionale nel suo complesso di cogliere tempestivamente ed efficacemente le opportunità offerte dal Programma nel periodo 2014-2020;
- informazione, in particolare in sede di Comitato di sorveglianza, sull'andamento degli interventi nel periodo di programmazione, con esempi degli interventi realizzati;
- pubblicazione e diffusione dei documenti di programmazione e del contenuto degli interventi, sul sito della Regione e attraverso apposite pubblicazioni e brochure informative (da distribuire in occasione degli eventi e rendere disponibili in versione digitale tramite il sito internet);
- iniziative con eventi di forte impatto comunicativo per il grande pubblico, quali spettacoli e grandi eventi che servano a veicolare le strategie perseguite e le opportunità di finanziamento;
- iniziative, anche congiunte con AdG di altri Stati membri, mirate alla disseminazione di buone pratiche;
- pubblicazione sul sito internet della Regione di informazioni e documenti sullo stato di attuazione del PSR, sulle risultanze della valutazione e sui lavori del Comitato di sorveglianza;
- promozione e realizzazione di attività di diffusione di esperienze d'eccellenza e buone prassi tra quelle aventi particolare valore sotto il profilo dell'innovazione, della sperimentazione e del successo conseguito;
- realizzazione di materiale informativo (opuscoli, brochure, spot, ecc.), da distribuire attraverso canali di ampio accesso per il pubblico;
- esposizione dell'emblema dell'Unione presso la sede dell'Autorità di gestione;
- realizzazione di campagne informative e istituzionali (affissione statica e dinamica -cartelloni, manifesti, locandine; pubblicità su mezzi pubblici-, pubblicità su quotidiani, radio, tv, ecc.) per sensibilizzare su tematiche di interesse per l'intero territorio regionale;
- realizzazione di convegni, seminari, incontri, workshop ed eventi, partecipazione a fiere;
- pubblicazioni e materiale informativo relativo ai risultati ed alle principali esperienze;



- pubblicazione di avvisi e bandi su BURU e quotidiani;
- pubblicazione di avvisi e bandi e di materiale informativo sul sito della Regione;
- social network da utilizzare in base alle caratteristiche dei singoli strumenti scegliendo i più adatti in base ai target di destinatari e alla natura delle informazioni;
- pubblicazioni;
- format e notiziari radiofonici e televisivi;
- conferenze stampa, comunicati stampa e supporti di presentazione informatica;
- quotidiani, free press, periodici;
- newsletter;
- prodotti audiovisivi.

Inoltre per quanto riguarda, nello specifico, i potenziali beneficiari, le azioni di informazione e pubblicità possono prevedere: interventi di carattere trasversale valide per tutti i potenziali beneficiari o interventi specifici previsti all'interno delle misure verso ben individuati target di potenziali beneficiari con l'intento di:

- diffondere il testo del Programma, illustrando e approfondendo le finalità specifiche e le opportunità offerte dalle singole misure a favore dei diversi target di beneficiari;
- diffondere gli indirizzi operativi e le disposizioni per l'attuazione del PSR per l'Umbria 2014-2020;
- garantire la trasparenza dell'intero iter amministrativo cui è soggetta ogni singola richiesta di finanziamento;
- garantire un'informazione diffusa e continua sullo stato di avanzamento del PSR per l'intero periodo di attuazione, con riferimento alla gestione, la sorveglianza e la valutazione;
- definire modelli (schema tipo di bando/avviso, formulario per la presentazione di progetti, modelli di dichiarazioni, ecc.) per consentire ai potenziali beneficiari di avere informazioni chiare ed esaustive su:
 - procedure amministrative da seguire per poter beneficiare dei finanziamenti nell'ambito del PSR;



- procedure di esame dei progetti;
 - condizioni di ammissibilità ed i criteri di selezione dei progetti;
 - punti di riferimento presso i quali ottenere informazioni;
-
- aggiornare costantemente e puntualmente il sito web della Regione che deve contenere e offrire, in modalità facilmente accessibile, tutte le informazioni utili a favorire il coinvolgimento e la partecipazione alle iniziative attivate grazie al PSR. Inoltre all'interno della sezione Sviluppo rurale del sito istituzionale sarà organizzata un'area informativa contenente l'elenco dettagliato, la calendarizzazione e la dotazione finanziaria previsionale dei Bandi. In particolare, già a partire dai primi mesi del 2016, sarà disponibile in questa area informativa l'elenco dei bandi per ciascuna misura/intervento, la loro calendarizzazione e dotazione finanziaria.
 - informare i potenziali beneficiari attraverso appositi interventi di comunicazione indirizzata agli stakeholders e ai rappresentanti del mondo economico e sociale anche rivolto alle categorie svantaggiate (ad esempio ROM, immigrati, rifugiati, etc.).

2. Azioni dirette ai beneficiari

Questo tipo di azioni di informazione devono responsabilizzare sugli obblighi informativi e pubblicitari a carico del beneficiario e sulla necessità di comunicare tempestivamente e in modo uniforme le attività. Infatti i beneficiari dei progetti devono essere essi stessi promotori dell'informazione verso il pubblico.

Gli interventi informativi e pubblicitari rivolti ai beneficiari, sia delle misure a investimento che delle misure a superficie, concernenti gli obblighi in materia di pubblicità/informazione che gli stessi sono tenuti a svolgere ai sensi di quanto previsto dal regolamento (UE) n. 808/2014, Allegato III, saranno svolti sotto la responsabilità dell'Autorità di gestione e attuati anche coinvolgendo i principali organismi rappresentativi delle imprese agricole e delle organizzazioni professionali regionali.

Le azioni di supporto alla realizzazione delle attività di informazione e comunicazione sono riconducibili a:

- predisposizione di linee guida che disciplinino i principali adempimenti relativi a:
 - modalità di pubblicizzazione delle iniziative e contenuti minimi degli avvisi;
 - informazioni ai destinatari circa il finanziamento del FEASR ed il sostegno dell'UE insieme allo Stato ed alla Regione per realizzare l'intervento di cui beneficiano;



- la presenza dei loghi e di un riferimento al FEASR su tutti i materiali informativi prodotti, ed in particolare sui certificati/attestati finali rilasciati ai partecipanti;
- definizione e messa a disposizione di loghi, format grafici, concept e relativo manuale d'uso per la predisposizione di materiale informativo ed altri strumenti informativi, utilizzabili dai beneficiari al fine di garantire un'immagine omogenea e riconoscibile per qualsiasi prodotto realizzato grazie all'intervento del FEASR;
- inserimento negli atti che disciplinano la concessione dei finanziamenti di:
 - puntuale richiamo alle regole vigenti in materia di obblighi sull'utilizzo dei loghi, del concept, dei format per la predisposizione di materiale informativo ed altri strumenti di comunicazione utilizzabili dai beneficiari nelle attività informative/pubblicitarie che essi curano;
 - obbligo del beneficiario durante l'attuazione di un'operazione, di inserire sul proprio sito web, se esistente, una breve descrizione dell'operazione stessa in cui si evidenzia il sostegno finanziario del FEASR;
 - obbligo del beneficiario di assicurare che i partecipanti ad un'operazione siano stati informati in merito al finanziamento del FEASR.
- Incontri tecnici/seminariali attuati anche coinvolgendo i principali organismi rappresentativi delle imprese agricole e delle organizzazioni professionali regionali volti alla diffusione delle informazioni circa gli impegni ed obblighi assunti in qualità di beneficiario di uno o più interventi del PSR .

Inoltre sarà necessario prevedere specifici interventi informativi circa le disposizioni per l'esame dei reclami. Fermo restando il previsto inserimento nei Bandi emanati di dettagliate informazioni sulle modalità per proporre eventuali reclami da parte dei beneficiari inserimento, qualora ritenuti ulteriormente necessari a garantire il soddisfacimento di quanto previsto dall'art. 74 del Reg. 1303/13, saranno attivati specifici interventi informativi rivolti ai beneficiari in ordine al procedimento da seguire per la gestione efficace dei reclami sia all'Amministrazione regionale che alle Autorità competenti.



3.2 - CANALI E STRUMENTI PER LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Le priorità delle azioni di informazione e pubblicità sono quelle di:

- far conoscere gli obiettivi della politica di sviluppo rurale, con particolare riferimento agli obiettivi trasversali indicati nel regolamento (UE) n. 1305/2013 (innovazione, ambiente, mitigazione dei cambiamenti climatici e l'adattamento ad essi);
- rafforzare l'accessibilità e la trasparenza delle informazioni sulle opportunità di finanziamento;
- adottare disposizioni relative alla responsabilità dei beneficiari di fornire informazioni in merito al contributo FEASR di cui hanno beneficiato i loro progetti.

Le suddette priorità vengono soddisfatte attraverso il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- aumento, nella popolazione regionale, della consapevolezza sulla politica di sviluppo rurale della Regione;
- miglioramento dell'assistenza ai beneficiari del PSR per l'Umbria 2014-2020;
- informazione circa i benefici concreti e disponibilità di dati aperti;
- assistenza ai beneficiari nella comunicazione dei progetti.

A partire dai destinatari si scelgono i canali e gli strumenti da utilizzare in maniera integrata, creando un sistema di comunicazione e informazione sul PSR 2014-2020:

PUBBLICO	
Azione	Strumento/canale
Diffusione di messaggi sintetici e chiari per pubblici non in possesso di particolari conoscenze sul Programma	Sito internet Social media e social network Format o spot radiofonici e televisivi a prevalente copertura territoriale regionale Pubblicazioni a stampa e multimediali Punti informativi in occasione di eventi e



	Manifestazioni di grande rilevanza regionale e/o nazionale
Realizzazione di materiali di sintesi del Programma degli obiettivi, dei risultati attesi e raggiunti	Sito internet Pubblicazioni a stampa e multimediali Canale YouTube PSR
Realizzazione della campagna di lancio e di campagne annuali che coinvolgano la totalità dell'opinione pubblica o, di volta in volta, fasce specifiche della popolazione	Eventi Manifestazioni fieristiche Social media Format o spot radiofonici e televisivi a prevalente copertura territoriale regionale Sito internet
Disponibilità dei dati sui progetti finanziati in formato aperto	Sito internet
Diffusione della strategia del programma, degli obiettivi e delle opportunità offerte	Sito internet Social media e social network Workshop e seminari Format o spot radiofonici e televisivi a prevalente copertura territoriale regionale Articoli sui media Pubblicazioni a stampa e multimediali Punti informativi in occasione di eventi e Manifestazioni di grande rilevanza regionale e/o nazionale
Accessibilità alle informazioni sulle opportunità di finanziamento, con informazioni su: requisiti, condizioni di ammissibilità delle spese, modalità di presentazione delle domande, procedure di istruttoria delle domande e tempistica, criteri di	Sito internet Format o spot radiofonici e televisivi a prevalente copertura territoriale regionale Articoli sui media



selezione, contatti per informazione e assistenza, responsabilità dei beneficiari	Workshop e seminari
---	---------------------

BENEFICIARI	
Azione	Strumento/canale
Diffusione della strategia del programma, degli obiettivi e delle opportunità offerte	<p>Sito internet</p> <p>Social media e social network</p> <p>Format o spot radiofonici e televisivi a prevalente copertura territoriale regionale</p> <p>Workshop e seminari</p> <p>Articoli sui media</p> <p>Pubblicazioni a stampa e multimediali</p>
Accessibilità alle informazioni sulle opportunità di finanziamento, con informazioni su: requisiti, condizioni di ammissibilità delle spese, modalità di presentazione delle domande, procedure di istruttoria delle domande e tempistica, criteri di selezione, contatti per informazione e assistenza, responsabilità dei beneficiari	<p>Sito internet</p> <p>Workshop e seminari</p> <p>Format o spot radiofonici e televisivi a prevalente copertura territoriale regionale</p> <p>Articoli sui media</p> <p>Prodotti multimediali</p>
Assistenza nella realizzazione dei progetti	<p>Sito internet</p> <p>Workshop e seminari</p>
Servizi di supporto al rispetto degli obblighi informativi	<p>Sito internet</p> <p>Comunicazioni e informazione diretta anche coinvolgendo i principali organismi rappresentativi delle imprese agricole e delle organizzazioni professionali regionali</p> <p>Manuale "obblighi informativi"</p>



Divulgazione delle disposizioni per l'esame dei reclami.	Informazioni dirette nei Bandi Comunicazioni e informazione diretta Seminari
--	--

DESTINATARI SPECIFICI	
Azione	Strumento/canale
Informazione specifica sulle procedure attuative del Programma con particolare riferimento al nuovo Sistema di Verificabilità e Controllabilità delle Misure e predisposizione e compilazione delle domande di sostegno/pagamento	Intervento informativo diretto Sito internet Pubblicazioni a stampa e multimediali
Azioni mirate da un lato ad informare su contenuti e obiettivi del PSR per l'Umbria 2014-2020 e la sua attuazione, nonché sul ruolo svolto nel Programma dall'Unione Europea e dalla Regione, dall'altro a favorire una più ampia comprensione degli interventi.	Intervento informativo diretto Eventi divulgativi specifici anche coinvolgendo i principali organismi rappresentativi delle imprese agricole e delle organizzazioni professionali regionali Sito internet Pubblicazioni a stampa e multimediali

3.3 - STRUMENTI DI COMUNICAZIONE RESI DISPONIBILI IN FORMATI ACCESSIBILI A PERSONE CON DISABILITÀ E SVANTAGGIATE

Con l'intento di assicurare il rispetto dei principi di inclusione sociale, potranno essere attivati strumenti di comunicazione specifici per soggetti svantaggiati ed in particolare per persone con disabilità:

- invio di newsletter a istituti, associazioni, enti, organizzazioni che, a livello regionale e locale, operano nell'ambito delle disabilità per promuovere le azioni del PSR per l'Umbria 2014-2020 e segnalare aggiornamenti e novità;



- pubblicazione delle informazioni su testate giornalistiche online, siti web e forum dedicati alle persone disabili o svantaggiate;
- predisposizione di traduzioni in LIS (lingua dei segni) e impiego di apparecchi video di visione frontale ed espansa per consentire la lettura labiale durante seminari/incontri/convegni, da richiedere all'atto della registrazione all'evento;
- pubblicazione delle informazioni sul PSR sullo spazio web ufficiale, nel rispetto degli standard qualitativi della normativa italiana in materia di accessibilità;
- realizzazione di incontri/convegni/eventi in ambienti e contesti privi di ostacoli architettonici;
- realizzazione di video (televisivi o web) accessibili alle persone disabili o svantaggiate anche attraverso i sottotitoli o il linguaggio dei segni.

4. BUDGET

Per l'attuazione della strategia informazione e pubblicità il PSR per l'Umbria 2014-2020 ha assegnato un importo complessivo di Euro 3.000.000,00.

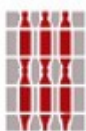
L'impegno di spesa sarà di maggiore rilievo nel 2016 e 2017, essendo in questi anni prevista la più forte azione di informazione e sensibilizzazione. La ragionevolezza delle spese viene garantita attraverso il ricorso, ove possibile, al Mercato elettronico della pubblica amministrazione (Me.P.A.) o, in alternativa, dall'acquisizione di almeno tre preventivi in concorrenza, il tutto nel rispetto della normativa vigente sugli appalti pubblici.

Già a partire dall'inizio del 2014, pur in continuità con quanto previsto nel Piano di comunicazione del PSR per l'Umbria 2007-2013, sulla necessità di garantire nella fase di transizione il massimo coinvolgimento di tutti gli attori nella programmazione 2014-2020, sono state avviate attività di informazione e pubblicità atte a fare prendere coscienza al partenariato, al grande pubblico e agli stakeholders dei contenuti della futura programmazione. Questa scelta trovava fondamento anche nelle previsioni dello stesso regolamento di esecuzione (UE) n. 335/2013 della Commissione circa la possibilità di realizzare tra gli interventi finanziabili tramite l'assistenza tecnica, anche tutte le attività preparatorie per la futura programmazione, come ad esempio la valutazione ex ante dei futuri PSR 2014-2020, i costi per la preparazione delle strategie di sviluppo locale o le attività necessarie per garantire la continuità nell'attuazione delle politiche di sviluppo rurale.



Pertanto per il finanziamento delle attività di comunicazione del PSR per l'Umbria 2014-2020 sono state utilizzate risorse facenti capo alla dotazione finanziaria dell'Assistenza tecnica del PSR 2007-2013. Le attività di informazione e pubblicità realizzate nel corso del 2014, spesa totale 180.000 euro, sono già state presentate nel documento Programma di Sviluppo Rurale per l'Umbria 2014-2020 formalmente adottato dalla Commissione europea con Decisione C(2015)4156) del 12 giugno 2015 (*vedi capitolo 16 "Elenco delle azioni per coinvolgere i partner"*). Di seguito vengono sommariamente rendicontate le attività di informazione e promozione del Programma 2014-2020 nel corso del 2015, con una spesa totale di 196.000 euro.

- Pagine web dello Sviluppo rurale: nel corso del 2015 l'area tematica sviluppo rurale del sito istituzionale della Regione Umbria (www.svilupporurale.regione.umbria.it) è stato oggetto di completa revisionata con l'obiettivo di migliorare la fruizione complessiva da parte dell'utenza e facilitare i processi di alimentazione automatica delle banche dati dell'Ente. Questa l'attività di aggiornamento e miglioramento delle pagine dello sviluppo rurale è tutt'ora in corso con l'obiettivo di avvicinare, in modo semplice e gratuito, l'utenza alle tematiche del PSR;
- Informazione attraverso i media: le attività sono state realizzate anche in collaborazione con la redazione della struttura regionale Umbria notizie e con il Servizio Comunicazione istituzionale della Direzione regionale Affari generali della Presidenza e della Giunta regionale:
 - sono state pubblicate n. 2 monografie di approfondimento dedicate sia allo stato di avanzamento generale del Programma 2007-2013, sia all'informazione e sensibilizzare dei cittadini, i potenziali e gli effettivi beneficiari sulle finalità, i contenuti e le opportunità della nuova programmazione 2014-2020. L'informazione è stata specifica e dettagliata per garantire un accesso trasparente e semplificato ai regimi di incentivazione;
 - è stata realizzata una campagna informativa congiunta per FEASR, FES, FESR attraverso un format di una serie di 7 trasmissioni televisive sulle emittenti locali indirizzate al grande pubblico, volte ad informare sullo stato di attuazione della programmazione comunitaria 2007-2013 e sulla nuova programmazione 2014-2020;
 - in occasione della manifestazione Agriumbria 2015 sono stati realizzati inserti informativi sul PSR all'interno dello speciale del periodico Terra e vita e della rivista di settore l'Allevatore magazine;
- Attività seminariale, divulgativa e convegnistica: nel corso del 2015 sono stati realizzati 12 incontri seminariali, in ambito regionale, con i quali è stato possibile da un lato informare sulle prospettive offerte dalla futura programmazione 2014-2020. Gli incontri sono stati rivolti a imprenditori ed 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 grande pubblico. Agli incontri seminariali territoriali hanno partecipato una media di circa 75 operatori che con la loro presenza hanno attribuito agli stessi un importante ruolo di informazione e confronto;

- **Punti informativi:** nel corso del 2015 sono stati realizzati n. 7 punti informativi in occasione delle manifestazioni fieristiche: Agriumbria, Mostra nazionale del cavallo di Città di Castello, Mostra mercato nazionale del tartufo di Valtopina, Onlywine Festival, Festival internazionale del Giornalismo (punto informativo realizzato in collaborazione con FESR e FES), Vini nel Mondo, Festival delle Nazioni.
- **Diffusione di materiale:** nel corso degli incontri seminariali e nei punti informativi allestiti in occasione di eventi di particolare rilevanza per il mondo agricolo e rurale regionale, è stata distribuita una variegata quantità di materiali informativi multimediali e/o cartacei e di pacchetti di supporti promozionali, necessari ad informare l'opinione pubblica e i beneficiari sulle finalità, i contenuti e le opportunità della nuova programmazione 2014-2020.

Budget per annualità (euro): di seguito si riporta la programmazione finanziaria annuale della spesa assegnata alle attività di comunicazione del PSR 2014-2020

2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
122.000 (*)	196.000 (*)	700.000	700.000	600.000	500.000	500.000

(*) Spese per attività preparatorie alla programmazione 2014-2020, sostenute a valere sulla Misura 511 del PSR 2007-2013. A tale proposito si vedano: PSR per l'Umbria 2014-2020 cap. 16 "Elenco delle azioni per coinvolgere i partner" e il "Piano di comunicazione PSR 2007-2013 annualità 2015" approvato dal CdS nella seduta del 25.06.2015

5. ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE

L'Autorità responsabile della redazione ed attuazione della Strategia di informazione e pubblicità è l'Autorità di Gestione del PSR. Qualora ritenuto necessario, l'AdG potrà fare ricorso alle strutture dell'Ambito di coordinamento Agricoltura della Direzione regionale Risorsa Umbria, Federalismo, Risorse Finanziarie e Strumentali.

Al riguardo, con riferimento a quanto previsto all'art. 54, par. 3, punto vi) del regolamento (UE) n. 1305/2013, si precisa che il ruolo svolto dalla Rete Rurale Nazionale nelle attività di informazione e comunicazione è sinergico a quello svolto dall'AdG. Le attività sono oggetto di costante monitoraggio atto ad evitare il verificarsi di sovrapposizioni. Presso l'AdG è stata istituita una Postazione Regionale della Rete Rurale (PRR) per la Regione Umbria che svolge attività di supporto, informazione e



animazione legate all'attuazione della politica di sviluppo rurale. La Rete 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. In particolare, per il tramite della Postazione Regionale, viene agevolato il collegamento tra il livello nazionale (RRN) e l'AdG del PSR.

Il partenariato istituzionale ed economico sociale sarà informato in merito all'attuazione della Strategia in seno al Comitato di Sorveglianza. In particolare l'Autorità di gestione fornirà al Comitato di sorveglianza informazioni su:

- i progressi nella attuazione della strategia, gli interventi informativi e pubblicitari realizzati, i mezzi di comunicazione utilizzati;
- esempi degli interventi realizzati;
- le azioni pianificate per l'anno successivo;
- i risultati delle attività valutative.

L'Autorità di Gestione opererà in sinergia con gli uffici che seguono il Piano della Comunicazione istituzionale regionale e con la struttura regionale "Umbria Notizie".

6. VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA

L'attività di valutazione dei risultati delle azioni di comunicazione del FEASR, promosse nella fase realizzativa della Strategia, sarà realizzata dal Valutatore indipendente nell'ambito dell'attività di valutazione generale del Programma. In particolare, la valutazione dell'efficacia delle misure di informazione e pubblicità verrà effettuata attraverso valutazioni sul raggiungimento degli obiettivi fissati nella Strategia in termini di:

- efficacia delle azioni informative sulle potenziali opportunità offerte dal Programma di sviluppo rurale;
- trasparenza dell'azione amministrativa;
- efficacia dell'azione di sensibilizzazione sulle politiche di sviluppo rurale e sul ruolo della Comunità e della Regione nell'ambito dei programmi di sviluppo del territorio.

Potranno essere, inoltre, realizzate valutazioni di specifiche azioni di comunicazione, per misurarne l'impatto sui destinatari.



Dei risultati delle valutazioni sarà data ampia diffusione attraverso la pubblicazione sul sito web e l'informativa al Comitato di sorveglianza del PSR.

Il set delle informazioni necessarie sarà individuato, di concerto con il valutatore indipendente, in modo tale da rispondere alle esigenze conoscitive, oltre che comuni, anche specifiche, rispetto ai fabbisogni valutativi del PSR Umbria. A ciascun livello di analisi corrisponderà quindi necessariamente una specifica tipologia informativa, ricavata tramite l'impiego di adeguati strumenti di raccolta e di elaborazione, in particolare attraverso opportune attività di aggregazione/scomposizione dei dati, tali da garantire il pieno sfruttamento delle informazioni acquisite nonché la verifica e l'estensione, per via diretta, dei risultati riconducibili direttamente a ciascun livello di analisi.

In corso di realizzazione e avanzamento del Programma, la struttura di supporto all'AdG potrà avviare azioni di monitoraggio atte a valutare eventuali aggiustamenti della Strategia di informazione e pubblicità facendo ricorso a rilevazioni di tipo quanti-qualitativo effettuate presso i principali pubblici di riferimento (beneficiari e cittadini) utilizzando strumenti diversi, tra i quali:

- sondaggi a campione (cittadini);
- questionari rivolti ai destinatari/beneficiari;
- focus group;
- indici di ascolto delle trasmissioni radiotelevisive.



Piano annuale di comunicazione

Anno 2016

In attesa della definizione della Strategia di informazione e pubblicità, la comunicazione della programmazione 2014-2020 si è comunque avviata già a partire dalla fine del 2013 ed è continuata senza soluzione di continuità fino ad oggi. Nel tempo le fasi della comunicazione si sono gradualmente orientate dall'evidenziazione dei risultati della precedente programmazione, per poi spostare l'interesse essenzialmente sul nuovo Programma e sulle opportunità offerte. Nel 2016 le azioni di informazione e pubblicità saranno mirate a fornire informazioni dettagliate sui contenuti del Programma 2014-2020, gli obiettivi, l'articolazione degli interventi, gli strumenti di attuazione e, contestualmente sarà necessario informare la collettività regionale sui risultati del PSR 2007-2013, attraverso le seguenti azioni:

a) Linea grafica

L'identità visiva e la coerenza informativa dei diversi messaggi e strumenti di informazione e pubblicità assume significati importanti: una linea grafica condivisa, riconosciuta e autorevole, contribuisce a creare consenso sugli obiettivi.

Il logo identificativo del PSR per l'Umbria 2014-2020 è stato già sviluppato e utilizzato in occasione dell'evento di lancio (23.07.2015). Nei primi mesi del 2016 saranno avviate azioni atte a fare conoscere e mettere a disposizione i loghi, format grafici, il concept e relativo manuale d'uso per la predisposizione di materiale informativo ed altri strumenti informativi, utilizzabili dai beneficiari al fine di garantire un'immagine omogenea e riconoscibile per qualsiasi prodotto realizzato grazie all'intervento del FEASR.

b) Comunicazione ed interna

L'esperienza maturata nel periodo di programmazione 2007-2013 ha permesso di evidenziare tra le diverse opportunità di miglioramento dell'attività di comunicazione, anche quella dell'affinamento delle modalità di circolazione delle notizie e delle conoscenze tra gli attori competenti per l'esecuzione del PSR. Infatti un migliore scambio documentale e di dati relativi all'attuazione del Programma 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. A questo proposito, potrebbe rendersi necessario prevedere la realizzazione di iniziative specifiche di coinvolgimento dei funzionari della Regione Umbria e tecnici dei Gruppi di azione locale che più direttamente sono coinvolti nel processo di definizione del nuovo PSR e nella sua futura gestione con l'obiettivo di garantire un'interpretazione uniforme e chiara delle norme; promuovere continuamente l'immagine di trasparenza del meccanismo di selezione dei progetti di finanziamento; garantire trasparenza e accessibilità alle opportunità offerte e alle informazioni su come le risorse sono utilizzate; rafforzare l'attenzione sulla necessità di costante richiamo agli obblighi informativi e pubblicitari a carico dei beneficiari e sugli appositi strumenti messi a loro disposizione. A questo proposito, nei primi mesi del 2016 funzionari della Regione e tecnici dei Gruppi di azione locale, saranno oggetto di un intervento informativo specifico sulle procedure attuative del Programma con particolare riferimento al nuovo Sistema di Verificabilità e Controllabilità delle Misure e predisposizione e compilazione delle domande di sostegno/pagamento anche in relazione agli aspetti legati al monitoraggio del tasso di errore e alla raccolta di dati necessari per il monitoraggio unitario.

c) Informazione

Pagine web dello Sviluppo rurale (<http://www.svilupporurale.regione.umbria.it>). Il costante incremento nel numero di visitatori delle pagine dello sviluppo rurale nel sito internet istituzionale nel corso della programmazione 2007-2013 (n. 14.201 nel 2011 – n. 19.791 nel 2012 – n. 20.945 nel 2013 – n. 3.201 nel primo bimestre 2014 ^(*)) e il dato di circa 3.000 visite alle pagine dedicate al nuovo Programma nel solo 2015 confermano come l'informazione tramite web debba essere considerata come uno degli strumenti privilegiati per veicolare, con rapidità e puntualità, al grande pubblico e ai diversi target di destinatari/beneficiari previsti negli obiettivi specifici del PSR, molteplicità di informazioni che permettono di avvicinarsi alle tematiche del PSR in modo trasparente, pratico e diretto. Pertanto anche nel corso del 2016 le pagine dello Sviluppo rurale del sito istituzionale saranno oggetto di costante aggiornamento al fine di garantirne la fruizione complessiva da parte dell'utenza e facilitare i processi di alimentazione automatica delle banche dati;

- Tra le diverse opportunità di miglioramento dell'attività di informazione e pubblicità emerse dall'esame dell'esperienza maturata nel periodo 2007-2013, quella dell'incremento del livello di integrazione tra strumenti e modalità di comunicazione, in particolare le pagine web dedicate al PSR per l'Umbria e i social media (Youtube; WebTV; blog: <http://agendadigitale.regione.umbria.it/>; Facebook: <https://www.facebook.com/Agenda-digitale-dellUmbria-488613727836749/timeline/>; Twitter: @AdUmbria) possa contribuire a fare crescere la capillarità della diffusione e l'interattività dei messaggi comunicativi.

() il dato è riferito al primo bimestre 2014 perché a partire da marzo 2014 è stata avviata la revisione integrale delle pagine web del sito istituzionale, con conseguente impatto negativo sul numero di visitatori.*



Inoltre già dai primi mesi del 2016 saranno avviati contatti anche con le AdG degli altri Fondi SIE con l'obiettivo di arrivare ad una maggiore integrazione degli strumenti di comunicazione propri. Infine già da alcuni mesi, l'AdG si è dotata di un proprio account YouTube; l'accesso al canale è presente all'interno delle pagine dello sviluppo rurale del sito istituzionale. Anche nel 2016 continuerà la collaborazione all'aggiornamento dei contenuti della newsletter telematica dello Sviluppo rurale, pianetapsr.it e dell'area tematica ApproccioLeader del sito internet della Rete Rurale Nazionale. Inoltre la Regione è parte attiva nella realizzazione del periodico RRN Magazine, edito dalla Rete Rurale Nazionale;

- Informazione attraverso i media, i mass media, individuati quale soggetti moltiplicatori dell'informazione consentono di raggiungere in modo efficiente e durevole altri target di interesse e diffondere ampiamente le informazioni. Nel 2016 si prevede di realizzare una importante attività di comunicazione attraverso i mass media (stampa, televisione, radio, *web* e social media), proprio in considerazione dell'importante ruolo che possono ricoprire, con la capacità di penetrazione e capillarità della loro informazione, nel garantire l'accessibilità e la trasparenza delle informazioni sulle opportunità di finanziamento del Programma. A tal fine si prevede, già dai primi mesi del 2016, di avviare le procedure per l'acquisizione di servizi specialistici di agenzia stampa e Digital PR che possano fornire assistenza nella creazione, organizzazione e sviluppo di relazioni comunicative con i vari media (stampa, tv, radio, internet e social media) quale strumento necessario a potenziare la diffusione del messaggio informativo sulle attività, le novità, le opportunità del PSR per l'Umbria 2014-2020.
- Altro importante strumento di informazione è ritenuta la monografia di approfondimento edita dalla Regione Umbria (Umbria Agricoltura) che, oltre ad essere inviata tramite abbonamento postale a più di 11.000 operatori del mondo agricolo e rurale, può venire diffusa presso i punti informativi, allestiti in occasione delle manifestazioni fieristiche e nel corso delle diverse attività seminariali e convegnistiche. Nel corso del 2016 sarà necessario realizzare altre uscite monografiche con informazioni e approfondimenti, anche a carattere tematico, sullo stato di avanzamento e sulle opportunità nell'ambito delle diverse misure del Programma 2014-2020. Inoltre, con l'obiettivo di ampliare il bacino di utenza è stata avviata la sua pubblicazione in formato sfogliarle all'interno delle pagine dello Sviluppo rurale del sito istituzionale della Regione Umbria;
- Tra le azioni di comunicazione rivolte al grande pubblico al fine di rafforzare la consapevolezza dell'esistenza dell'Unione Europea e della sua legittimità e la visibilità e la conoscenza del PSR per l'Umbria 2014-2020, un ruolo rilevante può essere attribuito alle grandi manifestazioni culturali, sportive e spettacoli e grandi eventi di forte impatto emozionale. Nei primi mesi del 2016, sarà realizzato un evento di forte impatto mediatico, con il quale saranno veicolati all'opinione pubblica i risultati raggiunti dalla Programmazione 2007-2013 e, contestualmente, presentati in maniera



esaustiva e puntuale i contenuti del Programma 2014-2020, gli obiettivi, l'articolazione degli interventi, gli strumenti di attuazione;

- Attività seminariale e divulgativa e convegnistica. L'Unione europea assegna un valore strategico alla comunicazione delle opportunità offerte e dei risultati raggiunti dai fondi strutturali e la valutazione dell'esperienza di comunicazione maturata nel periodo 2007-2013 consiglia di operare un potenziamento e una maggiore diffusione territoriale delle attività seminariali, divulgative e convegnistiche. Come detto, l'attività di informazione e pubblicità della nuova Programmazione attraverso l'organizzazione e la partecipazione a seminari e convegni, ha avuto avvio già a partire dalla fine del 2013 ed ha raggiunto il suo culmine nel 2015, anno in cui la comunicazione è stata principalmente volta ad informare sulle prospettive offerte dalla futura programmazione 2014-2020: imprenditori ed 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 grande pubblico. A partire dal 2016, con il Programma ormai avviato appieno, l'attività seminariale e convegnistica dovrà essere diffusa sull'intero territorio regionale anche attraverso il coinvolgimento dei principali organismi rappresentativi delle imprese agricole e delle Organizzazioni professionali regionali, mirata per i singoli target di destinatari/beneficiari e orientata a:
 - rendere maggiormente consapevole l'opinione pubblica locale sulle opportunità offerte dal PSR;
 - diffondere il testo del Programma, illustrando e approfondendo le finalità specifiche e le opportunità offerte dalle singole misure a favore dei diversi target di beneficiari;
 - diffondere gli indirizzi operativi e le disposizioni per l'attuazione del PSR per l'Umbria 2014-2020;
 - garantire un'informazione coerente e diffusa sui contenuti dei Bandi afferenti gli interventi del Programma;
 - garantire la trasparenza dell'intero iter amministrativo cui è soggetta ogni singola richiesta di finanziamento;
 - diffondere i risultati, via via, raggiunti grazie al sostegno del FEASR nel territorio regionale e sul ruolo dell'Unione europea;
 - garantire un'informazione diffusa e continua sullo stato di avanzamento del PSR per l'intero periodo di attuazione, con riferimento alla gestione, la sorveglianza e la valutazione.

Nel 2016 si prevede di organizzare o partecipare almeno a n. 20 tra seminari e convegni. A questo proposito si comunica che nel corso del 2015 sono state realizzati n. 2 incontri di informazione e



confronto con i Centri di Assistenza Agricola ed i professionisti del settore in merito alle domande di sostegno presentate sui bandi a valere delle misure 10 - 11 - 13 e 14 del PSR per l'Umbria 2014-2020 con l'obiettivo di migliorare dell'assistenza con informazioni su: requisiti, condizioni di ammissibilità delle spese, modalità di presentazione delle domande, procedure di istruttoria delle domande e tempistica, contatti per informazione e assistenza, responsabilità dei beneficiari. Le iniziative hanno visto una ampia e soddisfatta partecipazione che consente di prevedere fin d'ora, qualora ritenuto necessario, di poterla ripetere in occasione della uscita di nuovi bandi.

Nel primo trimestre del 2016 saranno organizzati:

- n. 3 Incontri tecnici/seminariali attuati anche coinvolgendo i principali organismi rappresentativi delle imprese agricole e delle organizzazioni professionali regionali volti alla diffusione delle informazioni circa gli impegni ed obblighi che i potenziali beneficiari degli interventi del PSR dovranno assumere a seguito della concessione degli aiuti.
- n. 2 incontri informativi volti ad analizzare i fattori che hanno portato ad un effettivo ritardo nell'avvio degli interventi della passata programmazione e, allo stesso tempo, a far conoscere e prendere consapevolezza ai Gruppi di Azione Locale già costituiti o che non hanno ancora assunto una struttura legalmente costituita (Enti di diritto pubblico o privato a cui il partenariato ha dato formale delega) sui di requisiti e criteri di messa a punto delle SSL e dei PAL necessari ad una loro rapida approvazione;
- un evento, rivolto a tutti i potenziali beneficiari delle misure di nuova introduzione, in particolare la Misura 16 (cooperazione) cui l'AdG riconosce ruolo strategico nella caratterizzazione del PSR Umbria 2014-2020 quale strumento di crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, volto a diffondere la consapevolezza sugli obiettivi e i risultati attesi dalla Misura in termini di ricerca e innovazione, la conoscenza di requisiti e criteri necessari per potere fruire dei benefici previsti;
- La Regione Umbria, nell'ambito delle proprie linee programmatiche per le politiche di Sviluppo rurale, in particolare per quanto riguarda i fabbisogni di innovazione, riserva un'attenzione anche per quanto riguarda la prevenzione e sicurezza, quale fattore di crescita economica e della competitività del sistema produttivo. In tale ambito si prevede, nel corso del 2016, una iniziativa di comunicazione, incentrata sulla diffusione delle nuove tecnologie innovative volta alla promozione e rafforzamento della cultura della prevenzione e della sicurezza nel corretto utilizzo dei mezzi tecnici in agricoltura anche attraverso l'introduzione di innovazioni in campo agricolo.
- Punti informativi. Il coinvolgimento dell'opinione pubblica, intesa nel senso più ampio del termine, può essere realizzato attraverso l'allestimento, in occasione di eventi di particolare rilevanza per il mondo agricolo e di eventi seminariali o convegni. Per il 2016 si prevede la partecipazione alle principali



manifestazioni di rilevanza regionale e/o nazionale che, come nella passata programmazione potranno essere svolte in sinergia con gli altri fondi strutturali. Si tratta in particolare di stand/gazebo allestiti con manifesti, video e materiale informativo e pubblicitario, sempre contenenti il logo e l'immagine coordinata del PSR per l'Umbria 2014-2020, volti a promuovere e valorizzare in modo diretto e specifico il programma regionale.

- Divulgazione materiale. L'evento di lancio del PSR per l'Umbria 2014-2020 (23.07.2015) è stato l'occasione per la prima distribuzione di 2 importanti prodotti informativi (il Volume "PSR per l'Umbria 2014-2020 – Le Misure" e il volume "Gli interventi del PSR per l'Umbria"). Si tratta di 2 pubblicazioni che da allora hanno avuto un manifesto gradimento da parte di tutti i target di destinatari/beneficiari ed una capillare distribuzione in occasione di tutti gli eventi di informazione e pubblicità realizzati. Nel 2016 continuerà la loro distribuzione contestualmente a quella della variegata quantità di materiali informativi multimediali e/o cartacei e di pacchetti di supporti promozionali che si prevede di realizzare con l'obiettivo di
 - rendere maggiormente consapevole l'opinione pubblica locale sulle opportunità offerte dal PSR;
 - diffondere il testo del Programma, illustrando e approfondendo le finalità specifiche e le opportunità offerte dalle singole misure a favore dei diversi target di beneficiari;
 - diffondere gli indirizzi operativi e le disposizioni per l'attuazione del PSR per l'Umbria 2014-2020;
 - garantire la trasparenza dell'intero iter amministrativo cui è soggetta ogni singola richiesta di finanziamento. Per la produzione di tutto il materiale informativo o pubblicitario sarà utilizzata la nuova linea grafica del PSR per l'Umbria 2014-2020.

d) Azioni di supporto

Con l'intento di promuovere e realizzazione attività di diffusione di esperienze d'eccellenza e buone prassi tra quelle aventi particolare valore sotto il profilo dell'innovazione e della sperimentazione nel 2016 si intende realizzare, con il supporto della struttura regionale responsabile della gestione dell'Agenda digitale dell'Umbria:

- incontri dedicati ad innovazione e digitale riguardanti interventi finanziabili nell'ambito del PSR (ad esempio banda larga). Si intende operare per inserire l'evento all'interno di un percorso complessivo che interessi l'interessa dei temi di interesse dei Fondi SIE;
- alcuni incontri itineranti nel territorio dedicati alle misure del PSR su innovazione e digitale, incontrando i CAA, le associazioni di categoria ed altri soggetti portatori di interessi;



Regione Umbria



- kit didattici di divulgazione nelle scuole e nelle università, sul tema innovazione in agricoltura, dedicate al profondo cambiamento che grazie agli interventi del FEASR investirà la Regione nel suo insieme. Scuole ed università rappresentano un veicolo privilegiato di coinvolgimento e coprogettazione e, al tempo stesso, questo tipo di azioni contribuisce allo sviluppo delle competenze digitali delle persone coinvolte;
- Con l'obiettivo di favorire una maggiore integrazione tra strumenti e modalità di comunicazione, nei primi mesi del 2016 si avvierà un percorso volto ad analizzare l'opportunità di acquisire, oltre ai previsti servizi specialistici di agenzia stampa e Digital PR più sopra descritti, un supporto specialistico per il coordinamento delle attività di informazione e pubblicità soprattutto per quel che riguarda i vari profili social. La valutazione riguarderà anche l'opportunità di un percorso integrato con le AdG degli altro Fondi SIE e #adumbria.



PSR per l'Umbria 2014-2020

OBBLIGHI DI COMUNICAZIONE

regolamento di esecuzione (UE) n. 808/2014 della Commissione
Allegato III art. 2

I beneficiari di aiuto, sia delle misure a investimento che di quelle a superficie, hanno l'obbligo di informare il pubblico sul sostegno ottenuto dal FEASR in diversi modi:

1) se dispongono di un **sito web** per uso professionale, sono tenuti a inserire una breve descrizione dell'operazione che consenta di evidenziare il nesso tra l'obiettivo del sito web ed il sostegno di cui beneficia l'operazione, attraverso l'indicazione:

- del tipo di operazione finanziata;
- del collegamento tra gli obiettivi del sito e il sostegno FEASR;
- delle finalità;
- dei risultati attesi;

2) in base all'entità dell'aiuto, sono tenuti ad esporre in pubblico: poster, targhe o cartelloni secondo le seguenti disposizioni:

- per operazioni con sostegno pubblico **superiore a 10.000 euro**: obbligo di esporre almeno un poster del formato minimo A3 (42x29,7 cm);
- per operazioni con sostegno pubblico **superiore a 50.000 euro**: obbligo di esporre una targa informativa 70x50 cm;
- per operazioni con sostegno pubblico **superiore a 500.000 euro** (per finanziamenti di acquisto di oggetto fisico, infrastrutture o operazione di costruzione): obbligo di esporre un cartellone temporaneo 100x70 cm, e successivamente, entro tre mesi dal completamento del tipo di operazione una Targa permanente 70x50 cm o un Cartellone pubblicitario permanente 100x70 cm che indichino il nome e l'obiettivo principale dell'operazione e mettano in evidenza il sostegno



finanziario del FEASR.

Nel caso di beneficiari di aiuto per le misure a superficie, l'esposizione dovrà essere effettuata presso i locali della sede aziendale o unità locale situate nel territorio regionale.

Tutti gli strumenti di comunicazione inoltre dovranno:

- essere collocati in un luogo facilmente visibile al pubblico e devono evidenziare il sostegno finanziario dell'Unione. Una targa informativa deve essere affissa anche presso le sedi dei gruppi di azione locale (Gal) finanziati in ambito Leader, come già definito nella passata programmazione;
- recare una descrizione del progetto/dell'intervento e gli elementi grafici (emblema dell'Unione e frase di accompagnamento) che devono occupare almeno il 25% dello spazio utile;
- riportare i loghi e le indicazioni così come di seguito dettagliato.



Regione Umbria



Indicazioni utili per la realizzazione di poster, targhe e cartelloni obbligatori ad uso dei beneficiari:

POSTER (40X29,7 cm):

<p><u>TITOLO del PROGETTO</u></p> <p>ARIAL 36 grassetto verde pantone xxxx</p> <p><u>DESCRIZIONE PROGETTO</u></p> <p>ARIAL 24 grassetto NERO</p>	



Regione Umbria



TARGA (70X50 cm):

	<div data-bbox="491 486 646 589"></div> <div data-bbox="491 589 646 645"><p>UNIONE EUROPEA FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE: l'Europa investe nelle zone rurali</p></div> <div data-bbox="788 486 927 645"></div> <div data-bbox="1062 470 1385 656"><p>Regione Umbria Giunta Regionale</p></div>
<p><u>TITOLO del PROGETTO</u></p> <p>ARIAL 48 grassetto verde</p> <p>pantone xxxx</p> <p><u>DESCRIZIONE PROGETTO</u></p> <p>ARIAL 28 grassetto NERO</p>	



Regione Umbria



CARTELLONE (100X70 cm):



UNIONE EUROPEA
FONDO EUROPEO AGRICOLO
PER LO SVILUPPO RURALE:
l'Europa investe nelle zone rurali




Regione Umbria
Giunta Regionale

TITOLO del PROGETTO

ARIAL 72

grassetto

verde pantone xxxx

DESCRIZIONE PROGETTO

ARIAL 40 grassetto

NERO



Regione Umbria



- Il materiale di informazione e comunicazione (opuscoli, pieghevoli, bollettini ecc.) e i poster concernenti le misure e gli interventi cofinanziati dal FEASR devono recare, sul frontespizio i loghi e le indicazioni di seguito indicati:



Gli stessi criteri si applicano, per analogia, anche al materiale comunicato per via elettronica (sito web, banca di dati ad uso dei potenziali beneficiari) e al materiale audiovisivo. I siti web relativi al FEASR devono:

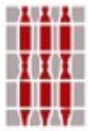
- a) menzionare il contributo del FEASR almeno nella pagina iniziale;
- b) recare un link al sito web della Commissione dedicato al FEASR.

Riepilogo loghi e indicazioni da inserire:

- emblema dell'Unione Europea conforme agli standard grafici presenti nel [sito dell'Unione europea](#), e frase "Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali";
- logo della [Repubblica italiana](#) (5 punte); (link a immagine su nostro sito)
- logo della [Regione Umbria](#); (link a immagine su nostro sito)
- logo identificativo del [PSR per l'Umbria 2014-2020](#); (link a immagine su nostro sito)

Per i soli interventi direttamente finanziati da Leader, i beneficiari sono, inoltre, tenuti ad inserire, all'interno dell'area "Titolo del progetto"

- logo [Leader](#) (link a immagine su nostro sito e siti GAL);
- denominazione Gruppo di Azione locale.



Regione Umbria



I loghi descritti sono disponibili alla pagina:

<http://www.regione.umbria.it/agricoltura/piano-di-comunicazione-psr-2014-2020>

del sito internet dello Sviluppo rurale e, per quanto riguarda l'emblema dell'Unione, sul sito http://europa.eu/abc/symbols/emblem/download_en.htm.