

## PIANO DI COMUNICAZIONE DEL COMPLEMENTO DI SVILUPPO RURALE MARCHE 2023-2027

### Sommario

Abbreviazioni e Acronimi .....	2
<b>1. Premessa .....</b>	<b>2</b>
<b>2. Obiettivi del Piano di Comunicazione .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Destinatari .....</b>	<b>3</b>
<b>4. Caratteristiche e contenuti del Piano .....</b>	<b>4</b>
<b>5. Bilancio indicativo della strategia .....</b>	<b>6</b>
<b>6. Attività del Piano di Comunicazione .....</b>	<b>6</b>
<b>7. Strumenti .....</b>	<b>8</b>
<b>8. Rete Rurale Nazionale .....</b>	<b>8</b>
<b>9. Monitoraggio e valutazione .....</b>	<b>9</b>

## Abbreviazioni e Acronimi

AdGN	Autorità di gestione nazionale
AdGR	Autorità di gestione regionale
CSR	Complemento regionale per lo Sviluppo Rurale
FEAGA	Fondo Europeo Agricolo di Garanzia
FEASR	Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale
MASAF	Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste
PAC	Politica agricola comune
PCG	Piano di Comunicazione Generale
PSP	Piano Strategico Nazionale della PAC 2023-2027
UE	Unione Europea

## 1. Premessa

Il presente Piano di Comunicazione è finalizzato a presentare le scelte strategiche di comunicazione, del Complemento di Sviluppo Rurale 2023-2027 delle Marche, illustrando nel dettaglio obiettivi, strumenti, destinatari, azioni e modalità di attuazione.

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

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

La nuova politica di sviluppo rurale stabilisce la creazione di un unico documento di programmazione strategico, cui si uniscono le attività complementari delle programmazioni regionali.

Per quanto riguarda l'attività di comunicazione le disposizioni pongono in capo all'Autorità di Gestione nazionale la responsabilità dello svolgimento delle funzioni di comunicazione del Piano Strategico nazionale della PAC (PSP).

All'interno di questa cornice, MASAF e Regioni e PP.AA. collaborano alla definizione degli elementi fondanti di una strategia di comunicazione che sia funzionale a coinvolgere le varie Autorità di Gestione dei CSR in un progetto unitario e condiviso, affinché "la comunicazione sia una leva strategica, essenziale e costitutiva dell'attività stessa della P.A. e che possa diventare uno strumento di partecipazione, collaborazione, interazione, crescita e sviluppo, capace di orientare scelte consapevoli".

Le Autorità di Gestione regionali partecipano alla definizione del Piano di comunicazione generale e sulla base di questo definiscono i propri Piani di comunicazione regionali connessi agli interventi di competenza.

Il contenuto specifico del Piano di Comunicazione del CSR Marche 2023 – 2027 si trova in sintonia con gli obiettivi e le strategie del Piano di Comunicazione Generale (PCG), in quanto ugualmente orientato a rispondere alle sfide e opportunità legate all'innovazione digitale, ecologica e generazionale del settore agricolo, alimentare e forestale,

attraverso il coinvolgimento di tutti i soggetti interessati e la costruzione di reti partenariali, in particolare con i media, per aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui benefici e le opportunità della PAC, potenziare l'identità europea sui territori e contribuire alla diffusione dei risultati e vantaggi generati dal CSR.

Come il PCG, anche il Piano di comunicazione del CSR Marche si focalizza sull'impatto concreto degli interventi sostenuti dai Fondi europei e, a tal fine, prevede un coinvolgimento attivo dei beneficiari, che saranno investiti del ruolo di ambasciatori e promotori delle politiche sui territori.

Un ruolo di rilievo spetterà ai cittadini, punto di snodo essenziale per rafforzare l'identità europea. Per un maggior coinvolgimento diretto, la comunicazione sarà impostata rispettando la sua natura bidirezionale, dando rilevanza in ambito politico alle idee proposte dai target di riferimento e valorizzando le competenze e i talenti dei giovani, nell'ottica di accelerare i processi di innovazione ed integrazione generazionale, in termini di percorsi tecnico-formativi e rapporti tra formazione-ricerca-impresa.

In continuità con l'esperienza 2014-2022, le azioni di comunicazione saranno focalizzate su progetti significativi e su un uso ampio dei media digitali che con la pandemia da COVID-19 sono diventati una fonte primaria di informazione per i cittadini, risultando in grado di orientare la conoscenza e gli impatti delle politiche.

## 2. Obiettivi del Piano di Comunicazione

Al Piano di comunicazione spetta il compito di rendere continuo e proficuo il flusso di informazioni con la comunità regionale nell'ottica della condivisione e dell'ascolto.

In particolare l'attività di comunicazione del CSR Marche 2023-2027 è finalizzata a:

- a. pubblicizzare la nuova programmazione, attraverso il coinvolgimento diretto di tutti i soggetti coinvolti nella programmazione e attuazione del CSR;
- b. comunicare all'opinione pubblica le finalità politiche e strategiche che l'Unione europea, in partenariato con gli Stati membri, si prefigge di conseguire attraverso gli interventi cofinanziati dai Fondi strutturali, anche in campo ambientale;
- c. comunicare ai portatori d'interesse le opportunità del CSR, assicurando trasparenza, semplificazione, accesso a dati e informazioni e tutela della privacy;
- d. rendere disponibili ai potenziali beneficiari informazioni chiare, esaurienti ed aggiornate sulle varie procedure per la presentazione di domande di aiuto, sui requisiti di accesso e sui criteri di priorità e selezione;
- e. garantire la trasparenza nell'utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la più ampia diffusione delle informazioni relative alle procedure ed alle modalità di realizzazione e rendicontazione delle operazioni;
- f. utilizzare strumenti di partecipazione e di comunicazione semplici ed efficaci provvedendo ad un costante aggiornamento delle informazioni;
- g. migliorare l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione, interna ed esterna tra tutti i soggetti interessati all'attuazione del CSR Marche, compresi i cittadini della comunità marchigiana, attraverso un processo continuo di monitoraggio e valutazione dei risultati;
- h. informare sull'avanzamento del Programma e delle attività svolte, anche da altri enti ed organismi coinvolti, fornendo indicazione degli aspetti positivi derivanti dalla sua attuazione anche in tema di tutela ambientale;
- i. dare evidenza delle azioni e dei risultati/prodotti ottenuti direttamente o indirettamente tramite il sostegno del CSR Marche 2023-2027, anche in riferimento alla tutela dell'ambiente, all'impiego efficiente delle risorse, alla mitigazione dei cambiamenti climatici, alla protezione della biodiversità, alla prevenzione e gestione dei rischi;
- j. informare il pubblico, e le varie categorie economiche interessate, sul ruolo svolto dall'Unione Europea, dallo Stato Membro e dall'Autorità di gestione sulle iniziative avviate e sui risultati conseguiti.

## 3. Destinatari

I destinatari della campagna possono essere suddivisi in quattro categorie:

- potenziali beneficiari e beneficiari attuali, nonché operatori e promotori di progetti per fornire la più informazione sulle opportunità e disponibilità di finanziamento, favorendo una partecipazione informata e consapevole;
- rappresentanti degli interessi dei beneficiari e dei destinatari degli interventi: organizzazioni professionali ed associazioni di categoria, organismi no profit, associazioni a difesa dei consumatori o dell'ambiente o attive nel perseguimento della parità tra uomo e donna, organismi di promozione dell'inclusione sociale. Tali soggetti agiscono sul territorio con competenze specifiche e contribuiscono alla progettazione e realizzazione di progetti o di azioni di insieme;
- intermediari della comunicazione: operatori dell'informazione, media regionali, centri d'informazione sull'Europa;
- componenti della comunità regionale, cioè i cittadini che non operano direttamente nel settore agricolo o rurale, al fine di ampliare la conoscenza delle azioni concrete dell'Unione europea nelle zone rurali. La comunicazione che supera i limiti dell'informazione tecnica di settore è ritenuta importante per migliorare il dialogo e la partecipazione pubblica, favorire l'ascolto ed il coinvolgimento, rendere trasparente l'azione di sostegno attuata.

L'azione di comunicazione potrà raggiungere e coinvolgere le rappresentanze della Commissione e dello Stato Membro.

In base ai target individuati saranno utilizzati differenti strumenti di comunicazione in grado di indirizzare le informazioni in maniera adeguata e maggiormente aderente alla tipologia di destinatari. Informazioni di carattere specialistico saranno destinate a specifici operatori di settore, mentre per un pubblico più vasto è previsto un grado di approfondimento più accessibile.

## 4. Caratteristiche e contenuti del Piano

La comunicazione del CSR risponde a precise esigenze di trasparenza e diffusione di alcuni dati specifici, quali quelli legati alle operazioni ammesse a finanziamento, ma anche a necessità di informazione e comunicazione per il pubblico.

In relazione alla richiesta di **trasparenza del sostegno fornito dai fondi comunitari** l'Autorità di gestione regionale predisporrà pagine di consultazione nelle quali saranno rese disponibili informazioni relative ai potenziali beneficiari, quali:

- le caratteristiche e contenuti dei vari interventi con le relative opportunità di finanziamento;
- il calendario previsionale di pubblicazione dei bandi con indicazione orientativa delle risorse che saranno messe a disposizione di ciascun bando;
- la pubblicazione dei bandi e le loro scadenze, comprensive dell'indicazione delle condizioni di ammissibilità da soddisfare per l'ammissibilità all'aiuto e dei criteri di priorità;
- le procedure utilizzate nell'esame delle domande di finanziamento;
- i punti e le persone da contattare per acquisire le ulteriori informazioni utili;
- le eventuali specifiche relative al bando e le proroghe di attuazione;
- le disposizioni del/i Manuali di procedura dell'Autorità di gestione regionale e l'aggiornamento della normativa di interesse per il CSR;
- le modalità tramite le quali possono essere presentati reclami e come gli stessi saranno esaminati;
- gli obblighi di informazione sul finanziamento europeo (All. III del Reg. di esecuzione n. 2022/129)

Dati più specifici, relativi alle singole operazioni, potranno essere reperiti da parte dei singoli beneficiari o dai tecnici abilitati tramite il Sistema Informativo Agricolo Regionale (SIAR).

L'Autorità di gestione avrà cura di informare il beneficiario, in occasione della notifica dell'attribuzione dell'aiuto, che l'azione fa parte di un programma cofinanziato dall'Unione europea.

Per quanto riguarda invece le **misure di informazione e comunicazione per il pubblico** richieste dai regolamenti comunitari, l'Autorità di gestione regionale si impegna a porre in atto forme e metodi di comunicazione a livello appropriato a garantire la massima copertura mediatica.

Come già anticipato nei paragrafi precedenti, il rapporto con la vasta platea dei cittadini marchigiani, composta dai soggetti elencati al par. “Destinatari”, ma anche con i soggetti moltiplicatori e con il grande pubblico, sarà gestito in maniera da assicurare un’informazione generale sulle opportunità che la Regione Marche ha ritenuto importanti per la propria comunità. Saranno resi disponibili sia i testi integrali dei documenti approvati che eventuali sintesi di più facile accessibilità, nonché materiali audiovisivi contenenti relazioni, interviste, filmati tramite i quali, complessivamente, sia possibile fornire il maggior numero di informazioni ed indicazioni sul Complemento.

Lo stesso tipo di materiale sarà organizzato anche per fornire un’informazione mirata e diretta ai soggetti che necessitano di dati o istruzioni specifiche per poter gestire gli aiuti del CSR.

Al Piano sarà affidata anche la funzione di “cassa di risonanza” delle novità ed i miglioramenti che l’Autorità di gestione intende apportare per quanto riguarda la semplificazione e l’accessibilità ai dati ed alle procedure. Alla stessa stregua troveranno spazio le informative sugli aggiornamenti e le innovazioni introdotte in corso di attuazione del Complemento.

Caratteristiche del Piano saranno la modularità e l’adattabilità sia in termini di iniziative ed attività, che di strumenti utilizzati per poter adeguare la portata informativa alle esigenze specifiche ed ai diversi target; si intende in questa maniera concorrere ad accrescere il successo dell’attuazione del Complemento di programmazione ed a sostanziare una più agevole e veloce realizzazione.

Il Piano di comunicazione sarà attuato tramite una o più ditte specializzate nel settore che saranno selezionate con procedura di evidenza pubblica conforme alla normativa sugli appalti pubblici.

Per le motivazioni di cui sopra, all’aggiudicatario sarà richiesta una stretta collaborazione ed un contatto almeno mensile per le decisioni da assumere per il buono e corretto andamento del Piano stesso.

La cadenza dell’attività comunicativa inoltre, si ipotizza possa seguire uno svolgimento non omogeneo nell’arco del periodo di attuazione. Si prevede infatti, che il maggiore impegno sia collocato nel periodo iniziale della programmazione al fine di offrire una capillare ed efficace informazione sui contenuti e le opportunità del documento di Sviluppo Rurale. È ritenuto importante infatti, che dati, procedure e ogni altra informazione utile possa essere intercettata rapidamente e correttamente in primo luogo dai potenziali beneficiari, senza trascurare le comunità di cittadini non appartenenti al mondo agricolo.

Nel prosieguo, cioè nel periodo intermedio di attuazione si considera che l’azione possa concentrarsi prevalentemente sugli aggiornamenti, sulle informazioni relative ad eventuali novità e sull’andamento dei lavori e della spesa.

Nell’ultima parte invece, prevarrà l’interesse a fornire le indicazioni sulle ultime opportunità offerte dal CSR e sullo stato di attuazione di quanto avviato, sui primi risultati ottenuti e su quelli che ci si attende possano essere portati a termine.

Saranno inoltre, tracciati bilanci – per quanto possibile - sugli interventi considerati strategici nell’ambito del CSR.

L’attività sarà svolta in ambito regionale e sarà data forte rilevanza all’incontro con i rappresentanti del territorio, del mondo produttivo, sociale e culturale. Saranno quindi organizzati sia incontri in cui sarà data prevalenza all’ascolto delle esigenze concrete degli operatori che riunioni in cui potrà risultare prevalente la parte informativa e divulgativa.

In base alle precedenti positive esperienze uno spazio rilevante sarà lasciato anche alla narrazione delle buone e concrete esperienze di beneficiari degli aiuti concessi tramite il CSR o il precedente PSR, esposte dagli operatori stessi.

Alcune iniziative del Piano riguarderanno le manifestazioni locali intese momenti di incontro e partecipazione pubblica ed occasione sia per moltiplicare le possibilità di contatto e divulgazione, sia per favorire la conoscenza da parte della comunità marchigiana di avvicinarsi all’ambito dello sviluppo rurale e dei temi agricoli.

Per amplificare maggiormente il significato ed i contenuti della strategia comunicativa è previsto il coinvolgimento di altri soggetti/organismi anch’essi impegnati in attività di informazione:

- la Rete Rurale Nazionale;
- gli enti locali e pubblici;
- le parti economiche e sociali;
- gli organismi rappresentanti della società civile, i partner ambientali, le organizzazioni non governative, gli organismi di promozione dell’inclusione sociale, della parità di genere e della non discriminazione;
- i centri di informazione sull’Europa;

- gli uffici di rappresentanza della Commissione;
- gli uffici di informazione del Parlamento europeo

## 5. Bilancio indicativo della strategia

L'importo globale previsto per le attività che si intende porre in essere, elencate al paragrafo successivo, per il periodo utilizzabile (da fine 2023 a fine 2029) è stimato sulla base delle risorse impiegate nel precedente periodo di programmazione per attività analoghe.

Considerate le debite proporzioni temporali si stima che l'importo globale possa attestarsi su circa € 2.700.000,00 oltre IVA come da disposizioni di legge.

La somma è posta a carico dell'“Assistenza tecnica” del CSR Marche 2023-2027.

## 6. Attività del Piano di Comunicazione

L'Autorità di gestione ha già individuato obiettivi e destinatari delle attività del Piano. Di seguito vengono indicate anche le principali attività che l'esecutore materiale del Piano dovrà attuare e gli strumenti che dovrà gestire:

Innanzitutto:

- **La progettazione e la pianificazione del Piano di Comunicazione del CSR Marche 2023-2027**: tenendo conto degli obiettivi e dei target di riferimento precedentemente specificati saranno definiti il messaggio ed i contenuti della comunicazione e definita la strategia media nonché la selezione e la pianificazione dei mezzi di comunicazione. Tutte le attività saranno oggetto di confronto tra il soggetto attuatore del Piano e l'Autorità di gestione regionale, nonché di monitoraggio costante, in relazione al quale dovranno essere predisposte periodiche relazioni sullo stato di attuazione cui seguiranno:
- **La realizzazione e gestione** delle attività pianificate e la produzione di tutti i materiali necessari all'espletamento delle attività di comunicazione. Si intendono compresi:
  - a) **Ideazione e realizzazione di una linea grafica coordinata**: dovrà essere ideato il logo del CSR Marche 2023-2027, da abbinare al logo del Piano di Comunicazione Generale (PCG), e progettata una linea grafica coordinata e riconoscibile per tutti i prodotti ed i materiali e supporti (cartacei, multimediali, ecc.) che saranno utilizzati nel corso dell'espletamento del contratto;
  - b) **Sito web**: dovrà essere realizzato e gestito un sito web dedicato al CSR Marche avendo cura dei contenuti e dell'organizzazione degli stessi secondo criteri di funzionalità, semplicità di linguaggio, immediatezza di ricerca delle informazioni, trasparenza e apertura dei dati, nel rispetto della linea grafica di cui al punto precedente. Le pagine avranno la funzione di supportare le esigenze informative dei potenziali beneficiari e dei beneficiari finali, ma anche di promuovere il Complemento e le sue componenti presso il largo pubblico, garantendo la massima visibilità al Complemento stesso e valorizzando il ruolo svolto dalla UE e dal cofinanziamento europeo. Il sito dovrà essere strutturato in base alle caratteristiche tecniche fornite dal Servizio Informatica della Regione Marche e dovrà consentire un immediato collegamento con l'attuale sito del PSR Marche 2014-2022.

L'home page riporterà il contributo dell'Unione europea e conterrà un link di collegamento col sito web della Commissione europea.

- c) **Comunicazione social:** l'Autorità di gestione intende proseguire e potenziare l'utilizzo dei nuovi strumenti di comunicazione per intercettare gli imprenditori più giovani o gli attori locali più attenti alle modalità comunicative interattive. In particolare intende attivare e gestire profili e pagine nei principali Social Media con programmazione dei post concordata e relativa attività di animazione al fine di creare una "community", coprire eventi, diffondere news del CSR e dei suoi elementi più significativi.  
Anche in questo caso sarà data visibilità al contributo europeo, compatibilmente con le caratteristiche del mezzo utilizzato.
- d) **Campagna media:** non saranno tralasciati gli strumenti tradizionali di informazione dell'opinione pubblica, ed in particolare dei destinatari degli interventi del CSR. Le caratteristiche salienti del documento regionale di programmazione, le iniziative, i contenuti del CSR saranno oggetto dell'ideazione, organizzazione e gestione di campagne pubblicitarie sul territorio regionale che interessi la stampa locale (quotidiani e o periodici, anche nelle loro versioni digitali e, qualora ritenuto d'interesse, anche quella nazionale; le principali emittenti radiofoniche regionali ed i principali canali televisivi regionali.
- e) **Ufficio stampa:** l'attività sarà svolta in stretta collaborazione e sotto la supervisione dell'Ufficio stampa regionale e dovrà risultare funzionale alla conoscenza delle attività del Complemento di Sviluppo Rurale
- f) **Materiale informativo e promozionale:** In questa voce si intendono compresi materiali di vario genere e finalità. Ciascun prodotto a carattere divulgativo sarà predisposto con la supervisione o la partecipazione attiva degli uffici dell'Autorità di gestione regionale. La necessità della realizzazione e le caratteristiche dei medesimi sarà valutata di volta in volta, in funzione di esigenze di pubblico interesse:
- depliant e schede informative: elaborazione testi, grafica e quant'altro necessario a svolgere l'azione informativa alla base degli obiettivi del Piano di Comunicazione;
  - prodotti mediali e multimediali, o altra tipologia di carattere innovativo;
  - gadget da distribuire a partecipanti e potenziali interessati;
  - pubblicazioni: elaborazione testi e pubblicazioni destinate sia ai soggetti impegnati nell'attuazione della nuova programmazione che ai potenziali utenti degli interventi del CSR;
  - altro materiale da utilizzare in occasione di incontri e manifestazione (cartelline, blocchi, adesivi, gadget, ecc.)

I materiali prodotti riporteranno la chiara indicazione della partecipazione dell'Unione europea e, ove possibile, degli altri cofinanziatori, insieme all'indicazione dell'organismo responsabile dell'informazione e l'Autorità di gestione.

- g) **Eventi:** anche in questo caso l'opportunità di attivare le varie forme di eventi di seguito elencati sarà oggetto di pianificazione concordata con l'Autorità di gestione regionale in funzione del miglior raggiungimento delle finalità indicate.
- convegni: con la finalità di approfondire i temi del Complemento di Sviluppo Rurale e di dare visibilità agli strumenti tramite i quali lo stesso opera sul territorio. In tali occasioni sarà possibile fornire esaustive informazioni sullo stato d'attuazione del programma e delle eventuali modifiche che l'AdG regionale intende introdurre per ottimizzare l'utilizzo delle risorse comunitarie. Sono rivolti a platee vaste ed ai mass media;
  - seminari tematici, incontri: destinati a soggetti diversi, coinvolti a vario titolo nell'attuazione del Programma (beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, attori istituzionali, rappresentanti del partenariato economico e sociale), hanno lo scopo di approfondire temi specifici o trasversali, confrontare esperienze, diffondere risultati;
  - partecipazione a manifestazioni e fiere locali inerenti il mondo agricolo e rurale al fine di informare il largo pubblico sulle finalità del CSR, sulle attività e gli strumenti utilizzati per il raggiungimento degli obiettivi del Complemento stesso e di dare visibilità alle principali realizzazioni e risultati anche in termine di effetti sul mondo imprenditoriale e sull'intera collettività. Il tutto con particolare attenzione ai beneficiari ed alla

comunità regionale. L'eventuale partecipazione ad eventi che si svolgeranno al di fuori della regione sarà valutata alla luce dell'impatto che tale presenza può apportare alla strategia comunicativa ed informativa del CSR Marche ed alle possibili ricadute sul mondo imprenditoriale e civile marchigiano. Ove possibile sarà data priorità agli eventi attuati nel quadro – o con il coordinamento – della Rete Rurale Nazionale;

- organizzazione di altre forme di eventi: collegati ai temi del CSR, alle best practices, ai risultati conseguiti, con eventuale coinvolgimento di giornalisti specializzati, di blogger e influencer.
- **Organizzazione delle riunioni del Comitato di monitoraggio**: il Piano di Comunicazione interverrà nell'organizzazione delle riunioni del Comitato di monitoraggio per la parte che riguarda la predisposizione di materiale di comunicazione (vele, roll up, banner, registrazioni e filmati da inserire nel sito web del CSR, ecc.).

## 7. Strumenti

In base a quanto indicato in precedenza gli strumenti che si ritiene opportuno siano utilizzati nell'ambito dell'attività di comunicazione del CSR Marche 2023-2027 sono riassunti nell'elenco di seguito riportato. Gli stessi, al fine di garantire un elevato indice di impatto sui destinatari ed una penetrazione capillare nel territorio, saranno impiegati singolarmente o, preferibilmente in combinazione tra loro, in base al target da intercettare ed agli obiettivi da raggiungere:

- **comunicazione on line**: tramite sito internet dedicato al Complemento e i social network ritenuti più confacenti alla platea degli interlocutori da raggiungere e coinvolgere;
- **media**: trasmissioni radio televisive e pubblicità on line e off line allo scopo di dare risalto a momenti significativi ed a tappe importanti dell'attuazione del CSR;
- **materiale grafico e iconografico**: realizzazione di servizi fotografici, realizzazione di card social, di banner, ecc..
- **materiale informativo e pubblicitario** (pieghevoli, espositori, locandine, vele o altro prodotto di carattere innovativo, ecc.);
- **stampa**, anche nella versione digitale, per la pubblicazione di editoriali, articoli e pubblicità;
- **eventi**: partecipazione a mostre, manifestazioni locali, fiere, utili a raggiungere gli obiettivi del piano;
- **realizzazione di attività informativa**: convegni, seminari, workshop, incontri, ecc.;

Ulteriori strumenti o attività potranno essere proposti dall'aggiudicatario della gara con procedura aperta che sarà indetta per la realizzazione del Piano.

In ogni materiale informativo ed in ogni iniziativa sarà valorizzata l'immagine dell'Unione europea, dello Stato e della Regione Marche. Anche il sito web dedicato conterrà il link per il collegamento con il sito della Commissione europea.

## 8. Rete Rurale Nazionale

Il Piano di comunicazione del Complemento di Sviluppo Rurale Marche sarà sviluppato in armonia con i contenuti e le strategie del Piano di Comunicazione Generale predisposte dal MASAF.

L'Autorità di gestione regionale, al fine mantenere un'adeguata sinergia con quanto messo in atto dal MASAF, partecipa ai tavoli di coordinamento nazionali e collabora con la Rete Rurale Nazionale (RRN).

La Rete sarà inoltre interpellata al fine del più efficace coinvolgimento di altri organismi che fungono da collegamento per la migliore diffusione delle informazioni, quali centri di ricerca e di istruzione, centri di informazione europea, gli uffici di rappresentanza della Commissione e gli uffici di informazione del Parlamento europeo negli Stati membri.



## 9. Monitoraggio e valutazione

È previsto un costante monitoraggio dell'attuazione del Piano di comunicazione tramite relazioni che saranno messe a disposizione delle varie Relazioni Annuali sull'Efficacia dell'Attuazione e negli incontri con la Commissione europea.

Il monitoraggio alimenterà prioritariamente il quadro comune di rilevazione e misurazione sistemica delle azioni di comunicazione con la finalità di consentire eventuali interventi migliorativi in itinere, anche in coerenza con il Piano di Comunicazione Generale.

La valutazione dell'efficacia delle azioni del Piano sarà realizzata di volta in volta, ove possibile, tramite l'analisi dei questionari di gradimento restituiti dai partecipanti nel corso delle varie occasioni di confronto, animazione, divulgazione.

Una valutazione di carattere più ampio, di efficacia complessiva, sarà effettuata sulla base delle indicazioni fornite nell'ambito del Piano di Comunicazione Generale e con il supporto del Valutatore indipendente del CSR Marche.