



REGIONE LAZIO

Direzione Regionale Agricoltura, Promozione della Filiera e della Cultura del
Cibo, Caccia e Pesca

Area programmazione comunitaria, monitoraggio e sviluppo rurale

SERVIZIO DI VALUTAZIONE INDIPENDENTE DEL PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020 DEL LAZIO

CIG 7426539DD8

**Rapporto di valutazione tematico sulle attività di
comunicazione del PSR 2014-2020**

Dicembre 2019



Consulenti per la Gestione Aziendale

SOMMARIO

1	DEFINIZIONE DEL CONTESTO VALUTATIVO	4
2	APPROCCIO METODOLOGICO: QUESITI VALUTATIVI, METODI E FONTI	6
2.1	Strutturazione della domanda valutativa sulla comunicazione del PSR	7
3	CARATTERISTICHE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL PSR LAZIO 2014-2020 E VISION REGOLAMENTARE	10
3.1	La strategia di comunicazione contiene le caratteristiche minime stabilite dalle disposizioni regolamentari?	10
4	EFFETTIVA ATTUAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	15
4.1	Quanti e quali prodotti e output sono stati realizzati nel corso dell'attuazione della Strategia di comunicazione?	15
4.1.1	Azioni e strumenti realizzati sotto la diretta responsabilità dell'AdG	15
4.1.2	Azioni e strumenti realizzati nell'ambito della Strategia Unitaria dei Fondi SIE	17
4.2	Le attività di informazione e comunicazione del PSR sono state attuate in maniera coerente con quanto previsto nella Strategia di comunicazione?	20
5	EFFICACIA DEGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ADOTTATI	24
5.1	Gli strumenti adottati si sono dimostrati adeguatamente differenziati rispetto ai target individuati nella Strategia?	24
5.2	Quali strumenti di comunicazione hanno registrato la maggior efficacia nel raggiungere i target?	26
5.2.1	Comunicazione web: il portale LazioEuropa e la sezione FEASR - PSR	26
5.2.2	Campagne informative	32
5.2.3	Altri strumenti	35
5.2.4	Percezione dell'efficacia della comunicazione relativa al PSR Lazio	36
6	CORRETTO INDIRIZZO DEL MESSAGGIO E EFFETTIVA COMPrensIONE DA PARTE DEI TARGET	38
6.1	Qual è la consapevolezza dei destinatari target sul ruolo svolto dall'UE quale cofinanziatore delle politiche di sviluppo rurale?	38
7	CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE, SUGGERIMENTI E RACCOMANDAZIONI	40

ALLEGATI:

Allegato 1 - Questionario somministrato ai partecipanti agli eventi informativi di settembre/ottobre 2019

Allegato 2 - Indagine di *citizen satisfaction* sugli strumenti di comunicazione

Allegato 3 - Questionario somministrato ai partecipanti ai corsi di formazione della misura 1.1

Allegato 4 - Dati di monitoraggio disponibili

INDICE DELLE FIGURE

Fig. 1 – Diagramma logico della Strategia di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020	21
Fig. 2 - Evoluzione 2016-2019 del n. di accessi unici totali, riferiti al FEASR e rapporto (n., %).....	27
Fig. 3 – Canali di comunicazione attraverso i quali i partecipanti agli eventi informativi sono venuti a conoscenza del PSR Lazio e che usano per mantenersi aggiornati (n° di risposte*).....	28
Fig. 4 – Suddivisione per classi di età dei rispondenti al questionario	33
Fig. 5 – Profilo dei rispondenti.....	33
Fig. 6 – Canali di comunicazione attraverso i quali i rispondenti sono venuti a conoscenza degli eventi	34
Fig. 7 – Opinione su chiarezza temi trattati in merito ruolo dell'UE nel cofinanziare il PSR Lazio	38

INDICE DELLE TABELLE

Tab. 1 – Quadro di riepilogo dell'analisi di congruità della Strategia di comunicazione rispetto alle disposizioni regolamentari	14
Tab. 2 - Azioni e strumenti realizzati nell'ambito della Strategia di comunicazione del PSR.....	15
Tab. 3 - Azioni e strumenti realizzati nell'ambito della Strategia Unitaria.....	18
Tab. 4 – Analisi di coerenza delle azioni e strumenti realizzati sotto la diretta responsabilità dell'AdG.....	22
Tab. 5 – Strumenti/attività realizzate per tipologia di destinatari target e grado di capacità informativa	25
Tab. 6 – Dati di monitoraggio del portale LazioEuropa e sezione FEASR (2016-2019)	27
Tab. 7 – Suddivisione per provincia dei partecipanti agli eventi informativi di settembre/ottobre 2019 e dei rispondenti al questionario	33
Tab. 8 – Giudizio dei rispondenti sull'organizzazione degli eventi informativi (per prov. e complessivo)	34
Tab. 9 – Giudizio dei rispondenti sul contenuto degli eventi informativi per prov. e complessivo).....	35
Tab. 10 – Dati di monitoraggio Newsletter LazioInnova	35
Tab. 11 – Dati di monitoraggio su materiali informativi e allestimenti grafici.....	36

GLOSSARIO

AdG	Autorità di Gestione
CAA	Centro di assistenza Agricola
CdS	Comitato di Sorveglianza
DG AGRI	Direzione Generale Agricoltura e Sviluppo Rurale – Commissione europea
DLIS	Diagramma Logico di intervento della Strategia
FEASR	Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale
PAC	Politica Agricola Comune
RRN	Rete Rurale Nazionale
SIE	Fondi strutturali e di investimento europei

1 DEFINIZIONE DEL CONTESTO VALUTATIVO

Questo documento costituisce il Rapporto tematico di valutazione sulle attività di comunicazione del PSR del Lazio 2014-2020 ed è realizzato nell'ambito del processo di valutazione del Programma, affidato alla Società COGEA S.r.l.

Il mandato valutativo in relazione alla comunicazione è desumibile dalle indicazioni contenute nei regolamenti europei di riferimento, nel Piano di Valutazione del PSR Lazio e nei documenti di gara per l'affidamento del servizio di valutazione indipendente, come confermate e precisate dall'Autorità di Gestione (AdG) in occasione dell'incontro annuale con la Commissione europea del 2019.

In accordo con quanto indicato nel Piano di valutazione del PSR, l'analisi dell'efficacia dell'attività di comunicazione istituzionale del Programma è uno degli ambiti di approfondimento richiesti alla COGEA e si snoda in un percorso di analisi a due tappe, un primo rapporto nel 2019 (il presente) e un secondo rapporto nel 2020. La cadenza temporale dei due rapporti porta quindi a considerare l'analisi particolarmente utile per eventuali riorientamenti e assestamenti in corso d'opera delle attività e degli strumenti utilizzati.

Il quadro normativo e di Programma

La comunicazione del PSR Lazio si iscrive nel quadro delle disposizioni regolamentari relative al ciclo di programmazione 2014-2020. Specificatamente, il Regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013, recante disposizioni comuni sui fondi strutturali e di investimento europei, il Regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del FEASR e il regolamento di esecuzione (UE) n. 808/2014 della Commissione del 17 luglio 2014, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1305/2013.

Le disposizioni relative alle attività di informazione e comunicazione sulle opportunità di finanziamento dei Fondi strutturali e di investimento europei (SIE) e sui risultati raggiunti attraverso gli investimenti effettuati sono contenute nelle norme sopracitate. In particolare per il FEASR, l'articolo 66 del regolamento (UE) n. 1305/2013 stabilisce l'obbligo a carico delle AdG di realizzare delle azioni informative e pubblicitarie sugli interventi cofinanziati dai PSR, e il regolamento di esecuzione del 2014 ne definisce i contorni: attività, responsabilità e caratteristiche che deve avere la comunicazione dei PSR (articolo 13 e allegato III).

In attuazione delle norme comunitarie, l'AdG ha elaborato e sottoposto al Comitato di Sorveglianza la Strategia di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020, che è parte integrante della strategia di comunicazione unitaria dei Fondi SIE 2014-2020 della Regione Lazio.

La Strategia specifica l'approccio alle attività di informazione e comunicazione e le risorse assegnate, ovvero una dotazione di 2,56 Meuro allocati nella misura 20 di assistenza tecnica.

Esse rappresentano l'0,3% del totale della spesa pubblica del PSR e sono destinate per una metà ad attività realizzate direttamente nell'ambito del PSR (Attività di Informazione e Pubblicità: comprese risorse umane e collaborazioni) e l'altra metà all'attuazione della Strategia unitaria. La quota di quest'ultima voce è stata determinata in base a criteri di proporzionalità sulle risorse dei tre programmi operativi FESR, FSE e FEASR.



Per la realizzazione della misura 20 e quindi delle attività di Informazione e Pubblicità è stato poi predisposto un Piano degli Interventi, approvato a marzo 2017 con determina n. G02630 e modificato a settembre 2017, che definisce attività da realizzare, interventi e procedure di attuazione.

Obiettivo della valutazione e campo di analisi

Questo primo Rapporto tematico analizza la strategia di comunicazione del PSR e le attività di comunicazione ed informazione inerenti al PSR e realizzate dal 2015 al 2019 e costituisce un approfondimento di quanto approssiato nel Rapporto di Valutazione Intermedia del 2019, in risposta al quesito valutativo relativa all'efficacia della misura 20.

L'obiettivo valutativo, come condiviso con l'Amministrazione regionale, è stato duplice:

1. analizzare la *vision* regolamentare della comunicazione del PSR Lazio, ovvero il grado di coerenza della Strategia di comunicazione del PSR e delle attività realizzate con il dettato regolamentare
2. analizzare l'efficacia delle attività realizzate fino ad oggi in termini di idoneità degli strumenti e delle attività di comunicazione rispetto ai destinatari target, di corretto indirizzo del messaggio e effettiva comprensione da parte dei target.

Il campo d'analisi di questo primo Rapporto, in particolare l'analisi di efficacia delle attività, è per definizione legato a quanto è stato fatto nel periodo 2015-2019 per l'informazione e la comunicazione sul PSR e sul FEASR e alle informazioni disponibili. Particolare attenzione è stata rivolta al portale web di informazione, che risponde fra l'altro ad una precisa richiesta regolamentare.

L'analisi di efficacia delle attività sarà di sicuro ampliata nel secondo Rapporto (2020), una volta conclusa la procedura di gara per la selezione di un operatore esterno a cui affidare la realizzazione di un Piano di Comunicazione integrato del PSR¹ e avviate le relative attività:

- campagne di comunicazione di massa (spazi radiofonici, pubblicità su carta stampata e web, affissioni) finalizzate ad informare il grande pubblico ed i potenziali beneficiari sullo stato di avanzamento del PSR e degli impegni presi dalla Regione e dall'Unione europea per lo sviluppo rurale
- almeno sei eventi seminariali e divulgativi
- materiale below the line
- video e reportages fotografici

Le scelte metodologiche sottostanti il Rapporto, illustrate al capitolo 2, rispondono all'avanzamento delle attività di informazione e comunicazione e sono compiute in accordo con il Documento di orientamento della Rete Rurale Nazionale "Valutare la comunicazione dei PSR 2014-2020" (dicembre 2018), in particolare per quanto riguarda l'individuazione degli ambiti di indagine.

Il contenuto del Rapporto è articolato in risposte a domande valutative.

Le analisi portano poi alla formulazione di conclusioni e raccomandazioni, utili all'Amministrazione regionale impegnata nella realizzazione del PSR e nelle relative attività di comunicazione e, per gli aspetti più operativi, ai tecnici esterni in fase di selezione. Le analisi sono corredate di allegati a supporto informativo.

¹ http://www.regione.lazio.it/rl_agricoltura/?vw=documentazioneDettaglio&id=49163

2 APPROCCIO METODOLOGICO: QUESITI VALUTATIVI, METODI E FONTI

Questo capitolo ha la finalità di rendere esplicito l'approccio metodologico ed operativo adottato per la valutazione della comunicazione e informazione del PSR Lazio 2014-2020.

La strutturazione di seguito presentata, con riferimento in particolare all'individuazione degli ambiti di indagine e alla scelta delle tecniche di analisi, è stata compiuta in accordo con il Documento di orientamento della Rete Rurale Nazionale "Valutare la comunicazione dei PSR 2014-2020" (dicembre 2018) e di altra letteratura rilevante. Ci si è inoltre avvalsi della discussione e degli approfondimenti emersi nel workshop della RRN di novembre 2019 in merito alla formulazione della domanda valutativa in materia di comunicazione del PSR, inclusa la definizione di quesiti valutativi, criteri e indicatori.

Considerata inoltre la sostanziale continuità fra i due ultimi cicli di programmazione, si è tenuto in particolare conto le conclusioni e le raccomandazioni formulati dal valutatore 2007-2013.

La matrice pubblicata alle pagine successive sostanzia la strutturazione e identifica:

- gli ambiti dell'analisi
- le domande valutative ed i relativi criteri di giudizio ed indicatori
- gli strumenti di analisi
- le fonti informative

Considerato il naturale decorso del PSR (lancio, attuazione, diffusione dei risultati) e delle rispettive fasi dell'attività di comunicazione, ma anche l'impossibilità di ricorrere ad oggi ad alcuni degli strumenti di indagine previsti (es. survey presso i beneficiari), in questo primo Rapporto non è ancora possibile trattare tutte le domande di valutazione o e/o indicatori. Sono quindi evidenziati nella tabella (*in grassetto e italico*) i quesiti valutativi e/o indicatori la cui trattazione avverrà nel prossimo Rapporto in calendario a dicembre 2020.

In questa prima fase della valutazione della comunicazione, COGEA ha messo a punto alcuni strumenti per la rilevazione di dati primari relativi al grado di soddisfazione da parte dei gruppi destinatari dell'azione comunicativa. In particolare, COGEA ha:

- supportato l'AdG nella messa a punto di un questionario per la rilevazione dei feedback (grado di soddisfazione) dei partecipanti agli eventi informativi (cf allegato 1)
- avviato un'indagine di *citizen satisfaction* sugli strumenti di comunicazione. L'indagine è realizzata tramite un questionario aperto a tutti i cittadini interessati ad esprimere il proprio parere sugli strumenti di comunicazione utilizzati nell'ambito del PSR Lazio 2014-2020. Al momento del suo lancio, inizio ottobre 2019, in collaborazione con l'AdG e la Cabina di Regia della Strategia Unitaria, l'indagine è stata divulgata attraverso l'inserimento di un apposito spazio nella homepage e nell'area news del portale (cf allegato 2). L'indagine è attualmente accessibile nella sezione FEASR del portale.
- realizzato un'indagine diretta presso i partecipanti di un corso di formazione oggetto del sostegno della misura 1, realizzato a marzo 2019 (cf allegato 3).

Nel rapporto 2020 ci si potrà avvalere anche di altre indagini dirette: gli strumenti conterranno sempre una sezione dedicata alle modalità con cui i beneficiari sono stati informati sul sostegno ed alla facilità di accesso al PSR.

2.1 Strutturazione della domanda valutativa sulla comunicazione del PSR

Ambito di indagine	Quesito valutativo	Criteri di giudizio	Indicatori	Strumenti/fonti informative
Caratteristiche della Strategia di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020 e <i>vision</i> regolamentare	La Strategia di comunicazione risponde alle caratteristiche minime stabilite dalle disposizioni regolamentari?	Completezza Esautività Adeguatezza	Indicatori di output: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivi generali e specifici ▪ Copertura dei diversi destinatari target previsti dal PSR ▪ Modalità di organizzazione e governance previsti ▪ Risorse previste 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi documentale della documentazione rilevante e testi regolamentari ▪ Analisi di congruità
Effettiva attuazione della Strategia di comunicazione	Quanti e quali prodotti e output sono stati realizzati nel corso dell'attuazione della Strategia di comunicazione?	Coerenza	Indicatori di output: <ul style="list-style-type: none"> ▪ strumenti/attività di comunicazione realizzati annualmente 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi documentale ▪ Interviste responsabili attuazione
	Le attività di informazione e comunicazione del PSR sono state attuate in maniera coerente con quanto previsto nella Strategia di comunicazione?		Indicatori di risultato: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Attività e strumenti di informazione e comunicazione per obiettivo e target ▪ Grado di messa in opera annuale del Piano di comunicazione rispetto a quanto pianificato 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diagramma logico della strategia ▪ Analisi di coerenza
Efficacia degli strumenti di comunicazione adottati	Gli strumenti adottati si sono dimostrati adeguatamente differenziati rispetto ai target individuati nella Strategia?	Efficacia Adeguatezza	Indicatori di output: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grado di copertura dei target previsti nella Strategia ▪ Grado di differenziazione degli strumenti rispetto ai target individuati 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi documentale

Ambito di indagine	Quesito valutativo	Criteri di giudizio	Indicatori	Strumenti/fonti informative
	Quali strumenti di comunicazione hanno registrato la maggior efficacia nel raggiungere i destinatari target?		<p>Indicatori di output:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ sito web: n° accessi unici, n° totale pagine visitate, n° di pagine pubblicate/anno, tempo medio di navigazione ▪ eventi: n. di partecipanti ▪ newsletter: n. di iscrizioni ▪ social media: n. di condivisioni, like, commenti; ecc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi documentale ▪ Analisi quantitativa su dati monitoraggio ▪ Analisi quali-quantitativa dei media, web analytics, usabilità del sito, visibilità web, ecc.) ▪ Analisi di benchmarking
			<p>Indicatori di risultato:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ tasso di soddisfazione degli utenti rispetto agli strumenti di comunicazione ▪ caratteristiche del sito FEASR-PSR: indicatori di performance, accessibilità, buone pratiche, SEO, ecc. ▪ giudizio complessivo sulla comunicazione istituzionale 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Survey presso i destinatari della comunicazione ▪ sondaggio presso un campione rappresentativo di testimoni privilegiati, potenziali beneficiari e beneficiari ▪ Brainstorming valutativo ▪ Analisi di user experience design e analisi di performance ▪ Parere dell'esperto
	<i>In che misura gli strumenti di comunicazione utilizzati sono risultati efficaci nel fornire informazioni sugli interventi realizzati e sui risultati ottenuti?</i>		<p>Indicatore di risultato:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ % dei destinatari target che ha migliorato la propria conoscenza sulle opportunità di finanziamento del PSR ▪ % di buone pratiche diffuse/trasferite sul totale classificate 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Survey presso il target group ▪ Analisi documentale

Ambito di indagine	Quesito valutativo	Criteri di giudizio	Indicatori	Strumenti/fonti informative
Corretto indirizzo del messaggio e effettiva comprensione da parte dei target	<i>Le azioni di informazione e comunicazione hanno migliorato la conoscenza sulle opportunità di finanziamento offerte per i potenziali beneficiari?</i>	Sostenibilità Chiarezza Visibilità	<i>Indicatore di risultato:</i> ▪ <i>% dei destinatari target che ha migliorato la propria conoscenza sulle opportunità di finanziamento del PSR</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Survey presso i target group ▪ Analisi quantitativa su dati monitoraggio
	Qual è la consapevolezza dei destinatari target sul ruolo svolto dall'UE quale cofinanziatore delle politiche di sviluppo rurale?		Indicatore di risultato: ▪ Quota dei destinatari target che dichiara di conoscere il ruolo svolto dall'UE quale cofinanziatore delle politiche di sviluppo rurale	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Content analysis ▪ Survey presso i beneficiari del PSR
	<i>Quale è la consapevolezza dei destinatari target group sui vantaggi per la collettività derivanti dall'attuazione del PSR ?</i>		<i>Indicatore di risultato:</i> ▪ <i>Livello di percezione dei vantaggi e dell'utilità del PSR e del FEASR</i> ▪ <i>Livello di conoscenza delle risorse UE destinate allo sviluppo rurale</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Content analysis ▪ Sondaggio presso un campione rappresentativo di testimoni privilegiati, potenziali beneficiari e beneficiari

3 CARATTERISTICHE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL PSR LAZIO 2014-2020 E VISION REGOLAMENTARE

L'analisi relativa al presente ambito di indagine è volta a valutare se la Strategia di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020 risponde alle caratteristiche minime stabilite dalle disposizioni legislative comunitarie, analizzandone il grado di completezza, esaustività ed adeguatezza al dettato regolamentare, rispondendo in particolare alla seguente domanda di valutazione:

3.1 La strategia di comunicazione contiene le caratteristiche minime stabilite dalle disposizioni regolamentari?

Nell'ambito dei Fondi Strutturali e di Investimento (SIE), la comunicazione riveste un ruolo fondamentale. Come disposto all'art. 115 del Reg. (UE) n. 1303/2013 le attività di comunicazione e informazione hanno il compito di informare i potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento offerte dal programma, assicurare la trasparenza sugli interventi e i meccanismi di accesso e concessione dei finanziamenti presso i beneficiari e di contribuire a rafforzare, presso la pubblica opinione, la percezione del ruolo svolto dall'Unione Europea grazie ai fondi SIE.

L'articolo 66 del Reg. (UE) n. 1305/2013 individua gli obblighi e le responsabilità in materia di informazione e di pubblicità assegnando all'Autorità di Gestione del PSR il compito di dare adeguata informazione e pubblicità sugli interventi cofinanziati dai Programmi di Sviluppo Rurale. Secondo le modalità di applicazione in materia di informazione e pubblicità stabilite all'art. 13 del Reg. (UE) 808/2014, le Autorità di Gestione devono predisporre una strategia di informazione e pubblicità, informare il comitato di sorveglianza almeno una volta all'anno in merito ai progressi compiuti nell'attuazione della strategia di informazione e pubblicità, nonché identificare le azioni di informazione e pubblicità da realizzare nel corso dell'anno successivo.

Le norme relative alle responsabilità dell'Autorità di Gestione e dei beneficiari in materia di informazione e pubblicità sono dettagliate all'Allegato III del regolamento di applicazione che al punto 1.1. disciplina in modo chiaro il contenuto minimo della strategia di informazione e pubblicità del programma operativo. In particolare, viene stabilito che la strategia di comunicazione dei PSR deve contenere almeno i seguenti elementi:

1. obiettivi della strategia e pubblico a cui è destinata;
2. descrizione del contenuto delle azioni informative e pubblicitarie
3. bilancio indicativo della strategia
4. descrizione degli organismi amministrativi, tra cui risorse umane, responsabili dell'attuazione delle azioni informative e pubblicitarie
5. descrizione del ruolo svolto dalla RRN e contributo all'attuazione della strategia del PSR
6. indicazioni di come le azioni informative e pubblicitarie saranno valutate in termini di visibilità del quadro strategico, dei programmi e delle operazioni, nonché del ruolo svolto dal FEASR e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti
7. un aggiornamento annuale che riporti le attività informative e pubblicitarie da svolgere nell'anno successivo.

In esecuzione alle prescrizioni regolamentari l'Autorità di Gestione del PSR Lazio 2014-2020 ha elaborato la Strategia di comunicazione del programma per il settennato che è parte integrante della Strategia di Comunicazione Unitaria dei Fondi SIE 2014-2020 del Lazio varata dalla Giunta Regionale nel maggio 2015 (DGR 252 del 26 maggio 2015).

Ancorché inquadrata nella Strategia unitaria, l'attuazione della comunicazione del PSR ricade in ogni caso sotto la diretta responsabilità dell'AdG, che interloquisce con la Cabina di Regia Unitaria della programmazione per la coerenza e l'organicità del messaggio e dello stile comunicativo e per le azioni informative relative ai progetti cofinanziati da più Fondi.

L'analisi intende verificare la congruità della strategia di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020 rispetto alle disposizioni regolamentari in materia.

Si è quindi provveduto ad esaminare i contenuti della Strategia di Comunicazione del PSR così come definita dall'AdG rispetto alle caratteristiche minime della strategia di informazione e pubblicità stabilite al punto 1.1. dell'allegato III del Reg. (UE) 808/2013. I risultati dell'analisi, presentati di seguito e sintetizzati nella matrice sottostante, permettono di esprimere un giudizio di congruità per ciascun punto sulla base dei criteri di completezza ed adeguatezza.

Obiettivi della strategia e pubblico a cui è destinata

Il documento indica chiaramente gli obiettivi generali che declina in obiettivi specifici delle azioni di comunicazione che si intendono attuare.

Obiettivi generali:

- comunicare la strategia alla base del Programma
- informare sulle opportunità di finanziamento e le modalità di accesso al Programma
- comunicare i risultati ottenuti e l'impatto degli accordi di partenariato, dei programmi operativi e delle operazioni
- comunicare i dettagli delle operazioni adottate, ai fini della trasparenza del sostegno fornito dai Fondi comunitari

Obiettivi specifici, suddivisi per target:

- Pubblico: informare e comunicare la strategia, le azioni e le operazioni di finanziamento sostenute dal PSR
- Potenziali beneficiari: informare in merito alla strategia della Programmazione e le opportunità di finanziamento, con evidenza dei requisiti di partecipazione e delle procedure da seguire per l'ottenimento del fondo
- Beneficiari effettivi: informare in merito al sostegno fornito, pubblicando tutti i dati relativi alle singole operazioni effettuate con i Fondi della Programmazione di cui hanno beneficiato, con evidenza dei loro obblighi, anche in materia di comunicazione e informazione, una volta ottenuto il finanziamento.

Vi è inoltre un'apposita sezione che identifica i destinatari target delle azioni di comunicazione previste. I target identificati sono: cittadinanza, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, altri soggetti identificabili come moltiplicatori di informazione.

Questo punto appare rispondere alle richieste regolamentari.

1. Descrizione contenuto delle azioni informative e pubblicitarie

Il documento della Strategia elenca gli strumenti e le azioni di comunicazione che l'AdG intende realizzare per raggiungere gli obiettivi che si è prefissata.

Gli strumenti di comunicazione identificati sono:

- Creazione logo e immagine grafica coordinata
- Campagne di informazione e comunicazione: spot radiofonici, video promozionali, cartellonistica pubblicitaria (statica e dinamica), redazionali di natura tecnico-divulgativa, incontri seminariali, workshops, convegni
- Campagne stampa
- Sito internet
- Newsletter

La Strategia identifica delle attività che intende rivolgere a tre dei quattro target identificati: pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi.

Sebbene questo punto rispetti le istanze regolamentari, si nota che per il target “moltiplicatori di informazione” non vi sono identificate attività ad hoc. Per quest’ultimo target destinatario è prevista soltanto la realizzazione di un Tavolo regionale di coordinamento con cadenza periodica i cui obiettivi, tuttavia, non sono esplicitati chiaramente.

2. Bilancio indicativo della strategia

Le risorse identificate per l’attuazione delle attività previste nella Strategia sono pari a 1.631.892 euro, così suddivise: campagne informative 700.000 euro, BTL (prodotti editoriali e stampa) 491.892 euro, eventi e seminari 400.000 euro, monitoraggio e valutazione 20.000 euro, collaborazioni e consulenze 10.000 euro, partecipazione a reti, scambi esperienze 10.000 euro.

Le risorse da dedicare alle attività di comunicazione informazione indicate nella Strategia sono state successivamente riviste, si veda capitolo 1.

3. Descrizione degli organismi amministrativi, tra cui risorse umane, responsabili dell’attuazione delle azioni informative e pubblicitarie

Le indicazioni in merito all’organizzazione e governance sono abbastanza limitate. Il documento rimanda all’omologa sezione per tutto ciò che si riferisce alle attività di comunicazione della Strategia Unitaria Fondi SIE.

Vengono identificati i compiti dell’Autorità di Gestione che, attraverso le proprie strutture amministrative centrali e periferiche, dovrebbe pianificare, coordinare, gestire e verificare l’esecuzione delle attività previste. In merito alle risorse umane preposte all’attuazione delle azioni, il documento ipotizza il ricorso a competenze esterne in materia di comunicazione, pianificazione mezzi, pubblicità, marketing e monitoraggio. Infine, la Strategia prevede la realizzazione di una newsletter elettronica per l’informazione del personale interno interessato ai procedimenti amministrativi.

L’analisi di questo punto fa emergere che per quanto riguarda la governance e gestione della Strategia di comunicazione non vi è, nel documento della Strategia, una chiara definizione e quantificazione delle risorse interne alla struttura dell’AdG necessarie per la realizzazione delle attività previste. Per quanto riguarda le competenze esterne, esse sono state definite in termini di numero e di competenze (n° 1 esperto middle senior in comunicazione strategica, n° 2 esperti junior di cui 1 in comunicazione strategica e 1 grafica pubblicitaria) nel Piano Operativo Triennale predisposto dall’ARSIAL per il periodo 2017-2019.

L’Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l’Innovazione dell’Agricoltura del Lazio (ARSIAL) è stata, infatti, designata per supportare l’AdG nell’attuazione delle attività e ha predisposto un Piano Operativo Triennale (2017-2019), approvato con determinazione del 07/09/2017, nel quale si indicavano attività da realizzare e il calendario previsto per la loro realizzazione. Il dettaglio delle azioni previste nel piano dell’ARSIAL per il periodo 2017-2019 è sintetizzato di seguito. Secondo quanto previsto nel Piano triennale (Determinazione G392 del 13/07/2017), le attività ivi previste sono da realizzare entro il 31/12/2019.

Ambiti di interventi	Interventi previsti	Prodotti
Predisposizione materiale divulgativo	Realizzazione di eventi divulgativi, convegni e seminari, compresi specifici workshop su progetti di filiera e PEI e progetti pubblici integrati inclusa la predisposizione di materiali per organizzazione incontri con i beneficiari effettivi e potenziali del PSR:	N. 3 seminari/ADA
Catalogo delle innovazioni	Realizzazione del catalogo delle best practice e dell’innovazione in particolare nell’ambito PEI e aggiornamento	N. 3 cataloghi
Informazione e comunicazione sul web, newsletter	Sviluppo ed alimentazione di pagine web (a partire da Lazioeuropa) sulle operazioni relative all’avanzamento del Programma e all’aggiudicazione delle risorse	Newsletter a partire dal 30/10/2017- Predisposizione testi per Opuscoli/brochure

	Produzione di materiali di comunicazione cartacei, digitali e video, comprese infografiche e geomarketing avanzato	divulgative da utilizzare per attività divulgative
Animazione partenariato	Tavoli di confronto del Partenariato strutturati per alimentare il dialogo, lo scambio di esperienze e la definizione di soluzioni operative con le risorse coinvolte	N. 6 incontri con il partenariato

4. Descrizione del ruolo svolto dalla RRN e contributo all'attuazione della strategia del PSR

In merito a questo punto, l'analisi del documento della Strategia fa emergere che il ruolo della Rete Rurale Nazionale e l'eventuale suo contributo all'attuazione della Strategia del PSR non vengono trattati. Il documento si limita a richiamare la necessità di stabilire uno scambio di comunicazione con la RRN.

Tuttavia, l'analisi di possibili sinergie con le azioni di comunicazione previste dalla Rete Rurale Nazionale nell'ambito del suo programma è un aspetto importante da sviluppare nella strategia di comunicazione del PSR, al fine di aumentare l'effetto moltiplicatore delle azioni di comunicazione in particolare quelle destinate ad alcuni gruppi target (opinione pubblica e potenziali beneficiari);

5. Indicazioni su valutazione in termini di visibilità del quadro strategico, programmi e operazioni, e ruolo svolto dal FEASR e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti

La Strategia di comunicazione del PSR Lazio e la Strategia di comunicazione unitaria si limitano a stabiliscono che le attività siano sottoposte a monitoraggio.

In coerenza con quanto previsto dai regolamenti (UE) n. 1305/2013 e n. 808/2014, l'AdG ha messo a punto un elenco di indicatori da rilevare essenzialmente tramite il monitoraggio (es. numero dei servizi interattivi utilizzati, rapporto tra numero partecipanti e numero invitati ai seminari/convegni, dati portale) o in presenza.

Tuttavia, oltre a stabilire l'effettiva necessità che le attività di comunicazione debbano essere sottoposte ad un'attività di monitoraggio, non viene definito un percorso per la sua realizzazione. Da mettere anche in evidenza che la Strategia non quantifica i valori iniziali dei destinatari target né i valori obiettivo da raggiungere per i vari indicatori.

Per quanto riguarda la valutazione, la Strategia prevede specifici rapporti di valutazione come il rapporto di valutazione annuale, di *citizen satisfaction*, di visibilità e comprensione del programma, della rete.

6. Aggiornamento annuale con attività informative e pubblicitarie da svolgere nell'anno successivo

La Strategia prevede aggiornamenti annuali (come richiesto dal Regolamento (UE) n. 1303/13, allegato XII par. 4, punto i) da approvare entro il 31 dicembre di ciascun anno, contenenti: le attività da svolgere nell'anno successivo, modalità di coordinamento tra AdG e altre strutture coinvolte, budget per l'attuazione delle azioni, cronoprogramma delle attività, monitoraggio e valutazione delle azioni realizzate l'anno precedente

Per quanto riguarda l'aggiornamento annuale delle attività informative, si evidenzia che, come già menzionato precedentemente, non vi è una declinazione puntuale della Strategia in un piano di comunicazione esecutivo e che quindi non vi è un aggiornamento annuale che comprenda la definizione delle attività da realizzare l'anno successivo e un cronoprogramma generale delle attività come richiesto all'art. 13 del Reg. (UE) n. 808/2014.

Tab. 1 – Quadro di riepilogo dell'analisi di congruità della Strategia di comunicazione rispetto alle disposizioni regolamentari

Elementi minimi della Strategia di informazione	Giudizio
1. Obiettivi della strategia e pubblico a cui è destinata	
2. Descrizione contenuto delle azioni informative e pubblicitarie	
3. Bilancio indicativo della strategia	
4. Descrizione degli organismi amministrativi, tra cui risorse umane, responsabili dell'attuazione delle azioni informative e pubblicitarie	
5. Descrizione del ruolo svolto dalla RRN e contributo all'attuazione della strategia del PSR	
6. Indicazioni su valutazione in termini di visibilità del quadro strategico, programmi e operazioni, e ruolo svolto dal FEASR e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti	
7. Aggiornamento annuale con attività informative e pubblicitarie da svolgere nell'anno successivo	

Sebbene i contenuti della Strategia di Comunicazione del PSR Lazio 2014-2020 nella sua stesura originaria (elaborata prima dell'approvazione del Programma) riproponga in generale quanto stabilito nelle disposizioni regolamentari, l'analisi mostra che si tratta di un documento piuttosto di indirizzo, con indicazioni di massima e che dovrebbe essere tradotto in un piano di comunicazione esecutivo dettagliato. L'analisi di congruità mette anche in evidenza che, alcuni aspetti, considerati importanti, non vengano sviluppati pienamente.

4 EFFETTIVA ATTUAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Le analisi relative al presente ambito di indagine studiano la coerenza delle attività di informazione e comunicazione del PSR Lazio fin qui realizzate rispetto a quanto definito nella Strategia di Comunicazione del programma, rispondendo in particolare a due domande valutative:

- Quanti e quali prodotti e output sono stati realizzati nel corso dell'attuazione della Strategia di comunicazione?
- Le attività di informazione e comunicazione del PSR sono state attuate in maniera coerente con quanto previsto nella Strategia di comunicazione?

4.1 Quanti e quali prodotti e output sono stati realizzati nel corso dell'attuazione della Strategia di comunicazione?

L'analisi delle attività e strumenti attuati è uno step fondamentale della valutazione della Strategia di comunicazione. Il secondo, che verrà esaminato nei capitoli successivi, riguarda l'analisi dei risultati ottenuti in termini di visibilità, consapevolezza e diffusione delle informazioni sia specifiche al PSR che più in generale riguardanti il ruolo dei Fondi europei.

Per la ricostruzione dell'insieme delle attività di informazione e pubblicità realizzate nel periodo 2015-2019 la documentazione disponibile ed utilizzata ha spaziato nel campo della Strategia di comunicazione sia del PSR sia a livello unitario (Fondi SIE – FEASR-FSE-FEASR). In particolare si sono assunti elementi utili dalle relazioni sullo stato di avanzamento del Piano di comunicazione del PSR preparate per i Comitati di Sorveglianza del 2017, e del 2018, dalle RAA 2016, 2017 e 2018, dalla relazione sulle attività svolte nell'ultimo triennio a livello unitario e dai dati e informazioni fornite dalla Cabina di Regia della Strategia Unitaria. Sono state realizzate anche interviste e incontri informativi con le strutture regionali interessate (AdG: Area programmazione comunitaria, monitoraggio e sviluppo rurale; Area promozione, comunicazione e servizi di sviluppo agricolo).

4.1.1 Azioni e strumenti realizzati sotto la diretta responsabilità dell'AdG

In questa sezione del Rapporto, quindi, si passano in rassegna le attività di comunicazione e informazione realizzate annualmente nel periodo 2015-2019 a cura dell'Autorità di Gestione del PSR.

Tab. 2 - Azioni e strumenti realizzati nell'ambito della Strategia di comunicazione del PSR

Anno	Strumento	Attività
2015	Logo e immagine coordinata	Creazione logo PSR 2014-2020 e dell'immagine grafica coordinata
	Logo e immagine coordinata	Manuale di stile
	Logo e immagine coordinata	Linee guida per i beneficiari dei fondi FEASR
	Portale Web	Avvio della Sezione specifica FEASR - PSR Lazio 2014-2020 del Portale "LazioEuropa" – sviluppo di pagine web
	Campagna informazione e comunicazione	Evento di lancio del PSR Lazio 2014-2020. Sono stati realizzati materiali informativi, allestimenti grafici statici e dinamici.
	Campagna informazione e comunicazione	Opuscolo informativo (contiene una scheda per misura e un glossario). Realizzato in formato cartaceo e digitale
2016	Campagna informazione e comunicazione	Ciclo di cinque eventi specifici sul PSR Lazio 2014-2020: uno per provincia Inoltre, altri ulteriori quattro eventi, non a carattere esclusivo PSR, realizzati sul territorio regionale, sono stati occasione per trattate tematiche inerenti ai bandi PSR in altre zone del territorio della regione Lazio.

Anno	Strumento	Attività
2017	Campagna informazione e comunicazione	Evento presso Casale Musei del Parco di Torre Fiscale con la presenza del Presidente della Regione e l'Assessore all'Agricoltura, Caccia e Pesca
2018	Campagna informazione e comunicazione	Workshop "Indicazioni Geografiche": una sessione di lavoro della giornata è stata dedicata allo sviluppo rurale a supporto delle IG
	Campagna informazione e comunicazione	Incontro "PSR 2014-2020 - Misura Giovani - con i giovani agricoltori beneficiari del bando"
	Campagna informazione e comunicazione	Ciclo di incontri dal titolo "L'agricoltura multifunzionale": uno per provincia (22 maggio Latina, 30 maggio Viterbo, 30 maggio Rieti, 7 giugno Roma, 8 giugno Frosinone)
2019	Campagna informazione e comunicazione	Ciclo eventi nelle 5 province del Lazio per illustrare le finalità e le opportunità offerte dal PSR.
		Materiale informativo distribuito nell'ambito degli incontri nelle province del Lazio: flyer informativo sulla misura 16.10

Attività continua	Sviluppo e aggiornamento della sezione FEASR del portale, produzione di contenuti e infografiche: http://lazioeuropa.it/psrfeasr
	Produzione di contenuti per l'area news del portale : http://www.lazioeuropa.it/news/
	Produzione di contenuti per la divulgazione delle notizie del programma attraverso la Newsletter LazioInnova

Fonte: Fonte: "Stato di avanzamento del Piano di comunicazione del PSR" - CdS del 18 dicembre 2017, CdS del 04 ottobre 2018, RAA 2016, 2017 e 2018, Interviste con AdG

Nel periodo analizzato, l'Autorità di gestione ha avviato e promosso attività di comunicazione e informazione riconducibili ad alcune tipologie di strumenti individuate nella Strategia di comunicazione del PSR, in particolare:

- creazione del logo e definizione immagine grafica coordinata
- sviluppo e aggiornamento del sito web - sezione FEASR del Portale LazioEuropa
- newsletter LazioInnova
- campagna di informazione attraverso eventi, seminari, workshops e anche realizzazione di pubblicazioni, materiale promozionale e strumenti di supporto.

Nella fase iniziale le attività si sono concentrate nella creazione di due strumenti fondamentali: la creazione del logo e di un'immagine grafica coordinata che contribuisce a facilitare la riconoscibilità del programma, e l'avvio del sito web posizionato nella sezione specifica FEASR - PSR Lazio 2014-2020 del Portale "LazioEuropa".

La sezione FEASR del Portale LazioEuropa è senz'altro lo strumento di comunicazione e informazione di maggior portata utilizzato fino ad oggi. Esso raccoglie tutte le informazioni relative alla programmazione e attuazione del programma. L'architettura del sito è curata dalla Cabina di Regia della Strategia Unitaria mentre i contenuti e relativo aggiornamento della sezione FEASR – PSR sono a cura dell'Autorità di Gestione del programma. La sezione FEASR – PSR è composta da diverse sezioni: il PSR FEASR, le misure, bandi e graduatorie, Modulistica, procedure attuative, rapporti di attuazione e altri documenti, la struttura di gestione, Comitato di Sorveglianza, Leader – GAL, Cooperazione, Comunicazione e informazione, FAQ, ecc.

Il sito web è stato progressivamente sviluppato e arricchito attraverso un'attività continuativa di ideazione, creazione e pubblicazione di contenuti di comunicazione ad hoc da parte dell'Adg e dalla sua struttura. Il sito è aggiornato costantemente in tutte le sue sezioni. Di recente vi è stata una revisione e aggiornamento della legislazione comunitaria ed è stato pubblicato, nel rispetto delle norme comunitarie, l'elenco delle operazioni finanziate.

Sono state sviluppate nuove sezioni: ad esempio, nella sezione "Attuazione del Piano" è stata creata la sottosezione "Esempi di operazioni" che conterrà nel futuro notizie sul percorso per l'identificazione di Buone

Pratiche ed casi di best practices man mano che verranno identificate, e la sottosezione “stato di avanzamento” che informa sull’avanzamento del programma. A questo proposito, per dare maggiore visibilità all’avanzamento del PSR, sono stati realizzati due dashboards che informano, utilizzando delle infografiche, sullo stato dell’arte al 31/12/2018 e sull’assegnazione della riserva di efficacia. Entrambi sono stati divulgati anche tramite l’area news del Portale.

Da menzionare infatti, anche l’area news del Portale "LazioEuropa", che funziona come una bacheca digitale e informa tempestivamente sulle novità relative al FEASR / PSR: avanzamento del programma, bandi in uscita, aggiornamenti sui procedimenti in corso (elenchi di domande, graduatorie provvisorie e finali, ecc), bandi dei GAL e altre notizie riferite alla messa in opera delle strategie LEADER, appuntamenti ed incontri/eventi vari.

La diffusione delle notizie sul programma è veicolata anche tramite la newsletter LazioInnova a cura della Cabina di Regia Unitaria (cf sezione successiva). L’AdG provvede quindi, regolarmente, alla creazione e ideazione di contenuti per la loro pubblicazione nella newsletter.

In questi primi tre anni del PSR, l’operato comunicativo si è anche concentrato sull’attività seminariale diretta ai potenziali beneficiari e agli addetti ai lavori (tecnici, organizzazioni di categoria, ordini professionali, centri di ricerca, ecc). In particolare, l’AdG ha promosso la realizzazione di eventi informativi e di diffusione sul territorio destinati ad informare sul programma e sul suo ambito di intervento e ad approfondire e spiegare le opportunità offerte da bandi in uscita, nonché incontri su tematiche specifiche e di interesse per il territorio con la partecipazione del settore pubblico e istituzionale, del mondo imprenditoriale agricolo e delle associazioni di categoria del settore agricolo.

Per le manifestazioni a più ampio respiro, come l’evento di lancio del programma e l’evento presso Casale Musei del Parco di Torre Fiscale, sono stati realizzati anche materiali informativi, allestimenti grafici statici e dinamici.

A giugno 2019 con Determinazione G07853 del 10/06/2019, l’AdG ha indetto una gara a procedura aperta con scadenza il 31/07/2019, per l’affidamento del servizio di realizzazione del piano di comunicazione integrato del Programma di Sviluppo Rurale del Lazio 2014/2020. L’appalto avrà decorrenza dalla data di stipula del contratto fino al 30 giugno 2023. Il bando prevede le seguenti attività: progettazione e realizzazione di una creatività pilota per le campagne che dovranno essere lanciate; pianificazione mezzi e gestione di campagne su mezzi di comunicazione di massa; organizzazione e realizzazione di eventi seminariali e incontri divulgativi in tutte le province del Lazio; produzione di materiali *below the line*; produzione/adattamenti video.

Ne emerge quindi un quadro ancora limitato con un livello attuativo di quanto programmato nel documento strategico della comunicazione ancora agli esordi. L’analisi evidenzia inoltre che le attività realizzate sono sostanzialmente legate alla fase di lancio del programma e rivolte a dare conoscenza del PSR e delle opportunità offerte nei diversi ambiti di intervento.

Si presume quindi che, l’avvio di queste attività nei prossimi mesi congiuntamente all’avanzamento attuativo del programma stesso, avvierà un progressivo riorientamento delle attività comunicazione e informazione verso obiettivi più legati alla diffusione degli esiti dell’attuazione e alla diffusione dei risultati.

4.1.2 Azioni e strumenti realizzati nell’ambito della Strategia Unitaria dei Fondi SIE

Come già menzionato precedentemente, le attività di comunicazione comuni ai tre Fondi SIE previste nella Strategia Unitaria per le attività di Comunicazione ed Informazione sono a cura della Cabina di Regia che coordina e supervisiona le iniziative di comunicazione e informazione. Secondo le informazioni fornite da LazioInnova, le attività realizzate nell’ambito della Strategia di comunicazione unitaria che hanno interessato il FEASR sono elencate nella tabella sottostante. Esse vengono riprese nel presente rapporto di valutazione con l’obiettivo di fornire il quadro completo delle attività realizzate in materia di comunicazione e divulgazione del ruolo svolto dall’Unione Europea grazie ai fondi SIE.

Tab. 3 - Azioni e strumenti realizzati nell'ambito della Strategia Unitaria

Anno	Strumento	Attività
Dal 2014	Portale web	Portale "LazioEuropa", www.lazioeuropa.it all'interno del quale è stato predisposto il canale specifico relativo al FEASR - PSR Lazio 2014-2020
2015	Eventi e seminari	Evento lancio dei Fondi SIE: Con l'Europa il Lazio Forte"
2016	Numero verde	Creato il numero verde, 800 01 22 83, per fornire informazioni di carattere generale e orientare/informare l'utenza sulle opportunità disponibili
	Newsletter	Attivata la newsletter LazioEuropa.it, pubblicata a cadenza mensile, che fornisce agli iscritti aggiornamenti e notizie sui finanziamenti, avvisi pubblici e in generale le opportunità offerte dai Fondi.
	Eventi e seminari	Stand a Maker Fair
	Materiali informativi e allestimenti grafici	Catalogo Marker Fair
	Materiali informativi e allestimenti grafici	Dépliant "L'Europa per te"
	Campagna pubblicitaria	Campagna Lazio Europa "L'Europa per Te": stampa, web, social e radio
2017	Eventi e seminari	Partecipazione a Romics (4-7 Aprile; 5-8 Novembre 2017)
	Eventi e seminari	Partecipazione a Let's Play VideoGame (15-19 Marzo 2017): la Regione Lazio, tramite Lazio Innova e Lazio Crea era presente con un'area espositiva e di incontri dove era prevista una relativa ad info bandi sui fondi SIE
	Eventi e seminari	Partecipazione a Next. Prepararsi al futuro: idee sostenibili al servizio del territorio
	Eventi e seminari	Partecipazione a Surf Expo (21-23 Luglio, Castello di Santa Severa): stand informativo che, oltre a promuovere il territorio, promuove le opportunità offerte dai fondi europei in particolare quelli per i giovani
	Eventi e seminari	Evento "Con l'Europa il Lazio più forte. Incontro annuale Fondi SIE"
	Campagna pubblicitaria	Campagna Fondi SIE: tv, web, stampa, taxi, ooh, ecc.
	Campagna pubblicitaria	Junior Page Premio: stampa
	Materiali informativi e allestimenti grafici	T-shirt per Let's Play
	Materiali informativi e allestimenti grafici	T-shirt e zaini per Romics
	Materiali informativi e allestimenti grafici	Brochure per Romics
	Materiali informativi e allestimenti grafici	Illustrazioni per pannelli Romics
	Materiali informativi e allestimenti grafici	Stampa brochure fondi SIE
	Materiali informativi e allestimenti grafici	Borse, t-shirt, lacci per Riunione annuale di riesame 2017
	Materiali informativi e allestimenti grafici	Cartelline e blocchi per Riunione annuale di riesame 2017
	Materiali informativi e allestimenti grafici	Volume Con l'Europa il Lazio è più forte per evento 29/11
Materiali informativi e allestimenti grafici	Totem per evento Con l'Europa il Lazio è più forte	

Anno	Strumento	Attività
2018	Eventi e seminari	Partecipazione a Open House
	Eventi e seminari	Partecipazione a Dream World Cup
	Eventi e seminari	Partecipazione a TEDX
	Eventi e seminari	Partecipazione a Golden Gala Atletica Leggera
	Eventi e seminari	Partecipazione a Gay Village
	Eventi e seminari	Partecipazione a WORLD TAEKWONDO GRAN PRIX
	Eventi e seminari	Partecipazione a Cannes a Roma
	Eventi e seminari	Partecipazione a Roma Pride
	Eventi e seminari	Partecipazione a Social Media Week
	Eventi e seminari	Partecipazione a Caffèina
	Eventi e seminari	Partecipazione a Trofeo Settecolli di nuoto
	Eventi e seminari	Partecipazione a Locarno a Roma
	Eventi e seminari	Partecipazione a Venezia a Roma
	Eventi e seminari	Partecipazione a CNA Matching
	Eventi e seminari	Partecipazione a Short Theatre
	Eventi e seminari	Partecipazione a Young International Forum
	Eventi e seminari	Evento "Con l'Europa il Lazio più forte. Incontro annuale Fondi SIE"
	Eventi e seminari	Corner alla manifestazione "Notti di cinema a P.zza Vittorio!
	Eventi e seminari	Partecipazione alla "Notte europea della ricerca"
	Campagna pubblicitaria	Integrazione Fondi SIE: stampa
Materiali informativi e allestimenti grafici	Realizzazione pannelli per partecipazione a eventi estivi	
Materiali informativi e allestimenti grafici	Volume "Con l'Europa il Lazio è più forte" Volume sull'avanzamento della programmazione Fondi SIE 2014-2020 e video di presentazione, prodotti in occasione dell'evento annuale	
Materiali informativi e allestimenti grafici	Brochure "Con l'Europa il Lazio è più forte" relativa ai Fondi europei della Regione con i bandi aperti o di prossima pubblicazione. Distribuita in occasione di eventi pubblici, è costantemente aggiornata per tenere conto della chiusura e del lancio di nuovi bandi.	
2019	Eventi e seminari	Partecipazione a Open House
	Eventi e seminari	Partecipazione a Giro d'Italia – Tappa Frascati
	Eventi e seminari	Partecipazione a Cannes a Roma
	Eventi e seminari	Partecipazione ad Arena Talenti
	Eventi e seminari	Partecipazione ad Arena Liceo Mamiani
	Eventi e seminari	Partecipazione a Startdust – Cinema sotto le stelle a Frosinone
	Eventi e seminari	Partecipazione ad Arena Villa Lazzaroni
	Eventi e seminari	Avviata "La Regione delle Opportunità – Spazi attivi": realizzazione di 2 incontri al mese presso gli Spazi Attivi, che hanno l'obiettivo di informare sulle opportunità offerte dalla programmazione

Fonte: Dati di monitoraggio LazioInnova, Relazione sulle attività svolte (2016-2018) Lazio Innova e "Stato di avanzamento del Piano di comunicazione del PSR" - CdS del 18 dicembre 2017, CdS del 04 ottobre 2018, RAA 2016, 2017 e 2018

Infine sono da menzionare le uscite stampa, a cura dell'ufficio stampa di Lazio innova, in particolare:

- Corriere di Viterbo: 5 novembre 2018 - [Il sostegno della Regione Lazio alle imprese agricole](#)
- Il Messaggero (edizione di Viterbo): 2 novembre 2018 - [Pannelli fotovoltaici, dalla Regione un aiuto alle imprese](#)

- Braille News: 8 giugno 2019 - 2 milioni per formazione in agricoltura e 15 giugno 2019 - 4,8 milioni per il miglioramento e ripristino della viabilità forestale extra aziendale
- L'Agone - Numero di giugno 2019 - 2 milioni per formazione in agricoltura

Anche in questo caso le attività realizzate sono fortemente incentrate sulla divulgazione delle opportunità offerte dai Fondi SIE attraverso la partecipazione ad eventi e mostre e conseguentemente la natura delle azioni attuate appare particolarmente generalista nell'ottica FEASR / PSR. Da notare, rispetto anche agli altri due Fondi, che la maggior parte degli eventi/manifestazioni ai quali c'è stata una partecipazione del FEASR si sono svolte nell'area metropolitana di Roma non coinvolgendo le aree rurali alle quali è invece dedicato il programma.

4.2 Le attività di informazione e comunicazione del PSR sono state attuate in maniera coerente con quanto previsto nella Strategia di comunicazione?

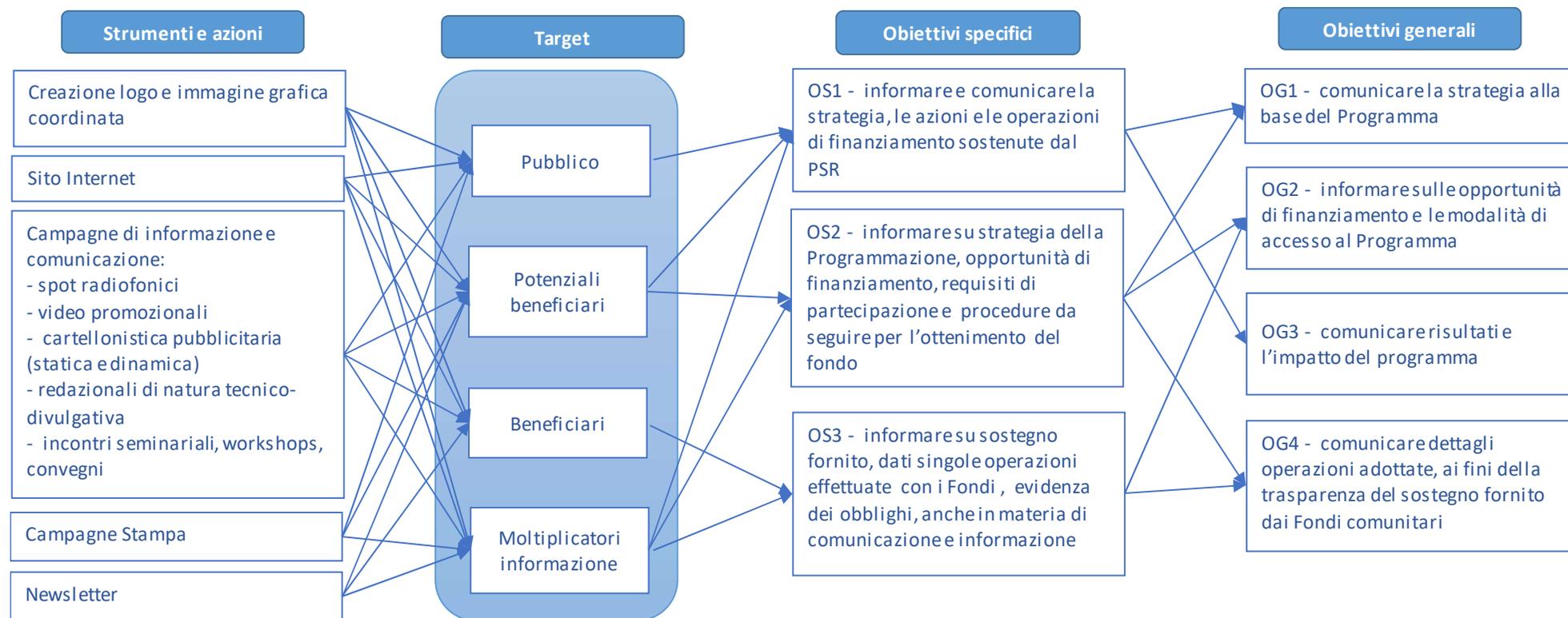
In questa sezione del Rapporto si analizza la coerenza delle attività realizzate nel periodo di riferimento dall'Autorità di Gestione rispetto a quanto previsto nella Strategia di comunicazione del programma.

L'analisi poggia sul presupposto che le azioni di comunicazione sono definite e attuate sulla base degli obiettivi generali e specifici che l'AdG si propone di raggiungere e tenendo conto dei diversi destinatari target cui le attività di comunicazione e pubblicità sono rivolte.

Abbiamo quindi costruito il Diagramma Logico di Intervento della Strategia di comunicazione del PSR (DLIS) al fine di analizzare i nessi logici tra gli strumenti ed attività e gli obiettivi perseguiti. Come già menzionato al § 3.1 la strategia ha identificato quattro obiettivi generali declinati in tre obiettivi specifici ai quali concorrono degli specifici strumenti e attività rivolte ai destinatari target identificati.

Il DLIS presentato nella figura sotto spiega le relazioni e le interrelazioni esistenti tra obiettivi, strumenti e azioni e target.

Fig. 1 – Diagramma logico della Strategia di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020



Fonte: Elaborazioni COGEA

Partendo dall'analisi della documentazione di fonte regionale relativa all'attuazione delle singole azioni realizzate nel periodo sotto analisi in termini di scopo e target di riferimento, è stata quindi esaminata la loro coerenza rispetto alla Strategia di Comunicazione.

Il risultato dell'analisi è presentato nella matrice sottostante.

Tab. 4 – Analisi di coerenza delle azioni e strumenti realizzati sotto la diretta responsabilità dell'AdG

Attività	Scopo dell'azione	Destinatari	Obiettivo specifico	Obiettivo generale
Creazione logo PSR e dell'immagine grafica coordinata				
Creazione logo PSR 2014-2020 e dell'immagine grafica coordinata	Garantire immediata riconoscibilità del programma	AdG, sua struttura, partner, pubblico, potenziali beneficiati e beneficiari	OS1 OS2 OS3	OG1 OG2 OG3 OG4
Linee guida per i beneficiari dei fondi FEASR	Informare su sostegno del FEASR	Beneficiari	OS1 OS3	OG4
Sezione FEASR – PSR del Portale LazioEuropa				
Sezione specifica FEASR - PSR Lazio 2014-2020 del Portale "LazioEuropa" – sviluppo di pagine web	Informare sul programma, sulle opportunità offerte e comunicare i dettagli delle operazioni ai fini della trasparenza del sostegno fornito con fondi comunitari	Pubblico, potenziali beneficiari, beneficiari, moltiplicatori di informazione	OS1 OS2 OS3	OG1 OG2 OG3 OG4
Eventi e seminari				
Evento di lancio del PSR Lazio 2014-2020	Presentare il PSR Lazio 2014-2020	Attori economici del comparto agricolo, agroalimentare e forestale Collettività in generale	OS1 OS2	OG1 OG2
Cicli di eventi provinciali per illustrare le finalità e le opportunità offerte dal PSR Lazio.	Spiegare opportunità offerte dai primi bandi in imminente uscita dopo l'approvazione del PSR + Presentazione bandi per promuovere la Filiera Organizzata e sostenere l'aggregazione di imprese per potenziare e valorizzare le diverse filiere produttive operanti nel territorio.	Potenziali beneficiari, beneficiari Imprenditori, associazioni di categoria e stakeholder	OS2	OG1 OG2 OG4
Evento Casale Musei del Parco di Torre Fiscale	Presentazione dei bandi in uscita	Pubblico, Potenziali beneficiari	OS1 OS2	OG1 OG2 OG4
Workshop "Indicazioni Geografiche"	Analizzare percorsi di sviluppo per prodotti IG	Potenziali beneficiari, stakeholders	OS2	OG2 OG4
Incontro "PSR 2014-2020 - Misura Giovani - con i giovani agricoltori beneficiari del bando"	Bilancio della misura e illustrare ulteriori opportunità per i giovani	Giovani agricoltori e tecnici del settore	OS2 OS3	OG2 OG4
Ciclo di incontri dal titolo "L'agricoltura multifunzionale": uno per provincia	Tavoli tecnici per discutere sul tema con attori del settore	Enti pubblici, imprenditori, associazioni di	OS2	OG2 OG4

Attività	Scopo dell'azione	Destinatari	Obiettivo specifico	Obiettivo generale
		categoria e stakeholder		
Pubblicazioni, materiale promozionale e strumenti di supporto				
Opuscolo informativo (contiene una scheda per misura e un glossario). Realizzato in formato cartaceo e digitale	Illustrare l'ambito di intervento delle misure, sottomisure e operazioni del PSR.	Pubblico, Potenziali beneficiari	OS1 OS2	OG1 OG2 OG4
Materiali informativi, allestimenti grafici statici e dinamici.	Divulgare, informare su interventi	Pubblico, Potenziali beneficiari	OS1 OS2	OG1 OG2 OG4

Sulla base di quanto sopra rappresentato, si può concludere che la Strategia adottata dal PSR, per perseguire gli obiettivi specifici e generali e centrare i destinatari target individuati, ha portato l'AdG nella primissima fase di avvio del programma e successivamente nella fase di pubblicazione delle opportunità di finanziamento a individuare e scegliere degli strumenti e delle azioni di comunicazione che permettessero di soddisfare esigenze informative e comunicative di più target e ed il raggiungimento degli obiettivi.

Le azioni realizzate si sono focalizzate in particolare sull'obiettivo specifico OS2 seguendo un percorso parallelo a quello attuativo del programma.

5 EFFICACIA DEGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ADOTTATI

Il presente ambito di indagine è volto a valutare l' idoneità e l'efficacia degli strumenti e delle attività di comunicazione rispetto ai destinatari target, rispondendo a due delle tre domande valutative identificate². In particolare:

- Gli strumenti adottati si sono dimostrati adeguatamente differenziati rispetto ai target individuati nella Strategia?
- Quali strumenti di comunicazione hanno registrato la maggior efficacia nel raggiungere i target?

L'analisi si concentra sulle diverse attività di comunicazione e informative e strumenti messi in campo dall'AdG nel periodo 2015-2019. Laddove possibile ed al fine di restituire un quadro completo, sono state prese in considerazione anche le attività adoperate nell'ambito della Strategia Unitaria.

5.1 Gli strumenti adottati si sono dimostrati adeguatamente differenziati rispetto ai target individuati nella Strategia?

La domanda chiede di verificare se gli strumenti adottati e le azioni realizzate dall'AdG si sono dimostrati differenziati rispetto alle quattro categorie di gruppi target previste.

Il grado di differenziazione degli strumenti e azioni di comunicazione e informazione è funzione delle esigenze informative e comunicative del target destinatario. Infatti:

- Per quanto riguarda il **pubblico/cittadinanza**, lo scopo dell'operato comunicativo è, da un lato, quello di garantire la trasparenza e la diffusione del Programma nonché comunicare gli impatti collettivi, e dall'altro sensibilizzare l'opinione pubblica sul ruolo determinante dell'Unione Europea e del fondo FEASR e sul valore aggiunto dell'intervento comunitario.
- I target **beneficiari** e **potenziali beneficiari** sono destinatari di una comunicazione principalmente di "servizio", ovvero l'azione comunicativa ha lo scopo di informare/pubblicizzare le opportunità di finanziamento, i bandi previsti e la relativa documentazione, le modalità di presentazione delle domande di aiuto, gli obblighi derivanti dal finanziamento.
- Infine i **moltiplicatori di informazione** sono essenziali, soprattutto nelle aree rurali più marginali, per diffondere l'informazione sia sulle opportunità offerte dal programma che sul ruolo giocato dall'EU per lo sviluppo rurale.

Conseguentemente uno strumento o una azione di comunicazione/informazione o un mix di strumenti e azioni ha una capacità informativa differente in funzione del gruppo destinatario.

La tabella mostra gli strumenti/attività ai quali ha fatto ricorso l'Adg con l'indicazione del target destinatario ed esprime la capacità informativa teorica di ciascun strumento rispetto alle esigenze informative di ogni gruppo e complessiva. Il target destinatario è stato identificato sulla base dell'analisi della documentazione di fonte regionale.

² La terza domanda che verrà tratta nel prossimo rapporto tematico è: "In che misura gli strumenti di comunicazione utilizzati sono risultati efficaci nel fornire informazioni sugli interventi realizzati e sui risultati ottenuti?"

Tab. 5 – Strumenti/attività realizzate per tipologia di destinatari target e grado di capacità informativa

Strumento	Attività	Pubblico	Potenziali beneficiari	Beneficiari	Moltiplicatori informazione	Grado capacità informativa
Logo/immagine coord.	Logo e dell'immagine grafica coordinata	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●
Logo/immagine coord.	Linee guida per i beneficiari dei fondi FEASR			●		●
Portale Web	Sito FEASR - PSR Lazio 2014-2020	● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ●
Campagne info	Evento di lancio del PSR Lazio 2014-2020	● ● ●	● ● ●		● ● ●	● ● ●
Campagne info	Cicli di eventi provinciali per illustrare le finalità e opportunità offerte dai bandi		● ● ●		● ● ●	● ● ●
Campagne info	Evento Casale Musei del Parco di Torre Fiscale	● ● ●	● ●		● ● ●	● ● ●
Campagne info	Workshop "Indicazioni Geografiche"		●		● ●	● ●
Campagne info	Incontro "PSR 2014-2020 - Misura Giovani - con i giovani agricoltori beneficiari del bando"		● ● ●	● ●	● ● ●	● ● ●
Campagne info	Ciclo di incontri dal titolo "L'agricoltura multifunzionale": uno per provincia		● ●		● ●	● ●
Campagne info	Opuscolo informativo (contiene una scheda per misura e un glossario), cartaceo e digitale	●	● ●		●	●
Campagne info	Materiali informativi, allestimenti grafici statici e dinamici	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●
N° di strumenti/attività		6	10	5	10	

Legenda: grado di capacità informativa: (●) basso; (●●) medio; (●●●) alto

Il target potenziali beneficiari è quello per il quale si osserva la maggiore differenziazione degli strumenti, in termini di numero, e di attività attuati, in linea con quanto già più volte menzionato circa il corretto binario parallelo tra le attività di comunicazione e fase di attuazione del programma. Si nota inoltre, che a questo target sono state dedicate varie attività ad alta capacità informativa come, tra le altre, l'area dedicata del portale LazioEuropa, i due cicli di eventi realizzati delle cinque provincie del Lazio, l'incontro divulgativo sulla misura dedicata ai giovani, ecc.

Il target moltiplicatori di informazione mostra la stessa intensità di strumenti ed attività proprio in conseguenza della propria capacità di funzionare da cassa di risonanza degli interventi del PSR che delle specifiche iniziative ed eventi (come vedremo anche più avanti).

Il target beneficiari è quello oggetto di un'attività di comunicazione più specifica e mirata. Lo strumento adeguato alla diffusione della comunicazione/informazione diretta a questo gruppo è il sito, strumento con alta capacità informativa, che assolve anche il compito di garantire la trasparenza delle operazioni e mette a disposizione tutte le informazioni relative agli aiuti concessi.

Infine per quanto riguarda il pubblico/cittadinanza che richiede una attività di comunicazione meno specifica e più incentrata sulla diffusione dei risultati e impatti del programma ed il ruolo dell'Unione, è stata adoperata una gamma di strumenti/attività poco diversificata. Si tratta di un target che per natura è molto ampio e complesso e che richiede quindi l'uso di strumenti a più ampia portata. Si presume che, da un lato con l'avanzare dell'attuazione del programma e, dall'altro lato con l'affidamento del servizio di comunicazione integrato del Programma di Sviluppo Rurale del Lazio 2014/2020, saranno realizzate attività

più adeguate (e specificatamente relative al FEASR³) a questo target come per esempio: campagne su mezzi di comunicazione di massa.

Infine sono da menzionare le uscite stampa in testate locali relative agli interventi del FEASR, a cura dell'ufficio stampa della Strategia unitaria (§ 4.1.2) che sicuramente sono uno strumento ad alta capacità informativa relativamente ai gruppi target grande pubblico, potenziali beneficiari e moltiplicatori di informazione.

5.2 Quali strumenti di comunicazione hanno registrato la maggior efficacia nel raggiungere i target?

La domanda valutativa intende verificare l'efficacia degli strumenti adottati in termini di idoneità e capacità degli strumenti e delle attività di comunicazione di raggiungere i differenti target.

Sulla base delle risultanze delle analisi precedenti si è scelto di focalizzare l'analisi su due specifici strumenti/azioni di comunicazione, il sito web e gli eventi informativi di settembre-ottobre 2019, e di verificare la percezione della loro efficacia da parte dei tre target maggiormente interessati⁴ dall'operato comunicativo nel triennio sotto esame: potenziali beneficiari, beneficiari e moltiplicatori di informazione.

Nello specifico, si indaga sull'utilizzo da parte dei target dei due strumenti (e quindi anche sulla conoscenza degli strumenti) e sulla soddisfazione del target. Nel caso del sito web si verifica anche la "bontà" dello strumento.

La valutazione si basa sull'analisi quantitativa dei dati di monitoraggio disponibili e forniti da LazioInnova e dall'AdG, su elementi desunti dall'indagine per la rilevazione dei feedback (grado di soddisfazione) dei partecipanti agli eventi informativi realizzati delle cinque province del Lazio realizzati tra settembre e ottobre del 2019 e dalle schede di follow up somministrate ai partecipanti di un corso di formazione oggetto del sostegno della misura 1 realizzato a marzo 2019. Si sono tenute in considerazione anche le risposte all'indagine di *citizen satisfaction* sugli strumenti di comunicazione del PSR⁵ sebbene solo qualitativamente poiché il limitato numero di risposte non permette nessun tipo di analisi statistica.

Al fine di esprimere un giudizio robusto sulla capacità comunicative ed informativa dello strumento, è stata realizzata un'analisi delle caratteristiche del sito FEASR – PSR ricorrendo a dati di web analytics, strumenti di analisi di Google e al parere dell'esperto.

Infine, per quanto riguarda il sito FEASR – PSR, ricorrendo al parere di un esperto, è stata sviluppata un'analisi delle caratteristiche del sito PSR al fine di esprimere un giudizio sulla capacità comunicative ed informativa dello strumento.

5.2.1 Comunicazione web: il portale LazioEuropa e la sezione FEASR - PSR

Come già detto precedentemente, il sito web del PSR Lazio 2014-2020 è parte integrante del portale <http://lazioeuropa.it/>, online da luglio 2014, creato nell'ambito della Strategia Unitaria di Comunicazione dei Fondi SIE della Regione. Esso è oggetto di una continua attività di sviluppo e aggiornamento.

³ Come illustrato al § 4.1.2, sono state realizzate nell'ambito della strategia di comunicazione unitaria delle campagne pubblicitarie (su stampa, web, social, radio, tv) di carattere generale relative ai Fondi SIE.

⁴ Il gruppo destinatario grande pubblico non è oggetto di indagine in questa fase della valutazione perché, come abbiamo visto, è stato interessato soprattutto dalla comunicazione più generalista attuata nell'ambito della Strategia Unitaria e ancora molto poco interessato dalla comunicazione FEASR.

⁵ http://www.lazioeuropa.it/psr_feasr-17/valutazione-85/questionario_di_valutazione_della_comunicazione-82/.

I dati di monitoraggio disponibili relativi al traffico del portale e della sezione FEASR sono presentati nella tabella seguente.

Tab. 6 – Dati di monitoraggio del portale LazioEuropa e sezione FEASR (2016-2019)

Strumento	Indicatori di monitoraggio	2016	2017	2018	2019*
Portale LazioEuropa	N° accessi unici totale	86.434	335.386	311.062	209.676
	N° totale pagine di visitate	318.201	1.374.006	1.309.030	781.936
	N° di utenti			153.786	96.082
	N° di utenti nuovi			148.561	90.321
	Tempo medio di navigazione	00:02:57	00:03:12	00:03:11	00:02:58
Sezione FEASR-PSR	N° accessi unici riferiti al FEASR	12.039	56.597	78.427	41.230
	N° totale di pagine FEASR di visitate	43.438	206.521	157.404	137.799
	N° di pagine pubblicate/anno relative al FEASR			1.441	

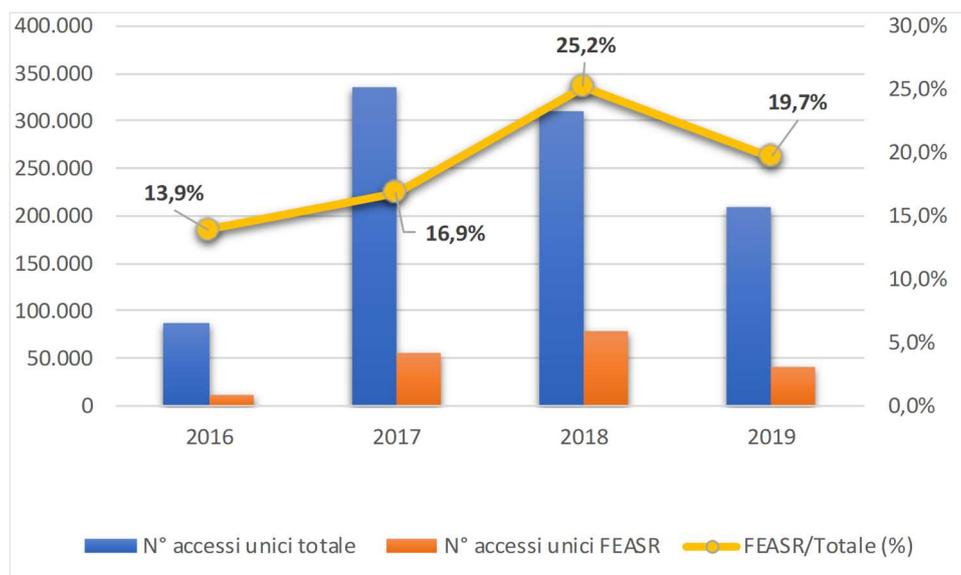
(*) i dati relativi al 2019 sono parziali, aggiornati a settembre 2019

Fonte: sistema di monitoraggio della Strategia Unitaria di Comunicazione

Tra gli strumenti adoperati fino ad oggi, la sezione FEASR del Portale LazioEuropa è sicuramente quello privilegiato per ottenere notizie sul programma. Il numero di accessi unici riferiti al FEASR (indicatore utilizzato nel web marketing come proxy del numero di persone che visita un sito in un determinato periodo) è aumentato in modo esponenziale tra il 2016 e 2017 (+370%) ed ancora nel 2018 (+39% rispetto al 2017) per poi diminuire nel 2019 (considerati solo i primi 9 mesi). L’andamento dell’utenza della sezione FEASR-PSR appare quindi strettamente correlato alla fase di forte accelerazione procedurale del Programma marcata dalla pubblicazione di numerosi bandi delle misure strutturali nel 2017 e proseguita nel 2018. In altre parole, possiamo assumere che l’aumento del numero di visitatori unici del sito conferma la sua crescente visibilità e efficacia rispetto agli scopi di comunicazione e divulgazione del programma.

Un altro dato interessante che conferma l’efficacia del sito riguardo i suoi scopi divulgativi e informativi, è il confronto tra l’utenza del FEASR rispetto a quella generale del portale. Come si può verificare nel grafico sottostante, il numero di accessi unici riferiti al FEASR sul totale degli accessi unici di www.LazioEuropa è in aumento dal 2016 avendo raggiunto il 25% nel 2018, anno in cui il numero di accessi totali al portale registra una battuta di arresto.

Fig. 2 - Evoluzione 2016-2019 del n. di accessi unici totali, riferiti al FEASR e rapporto (n., %)

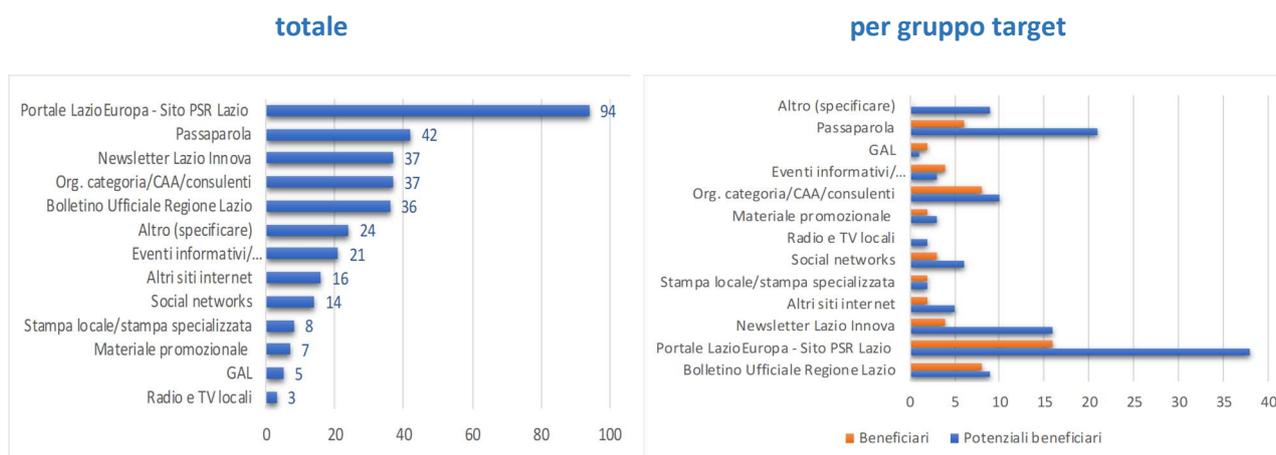


Fonte: sistema di monitoraggio della Strategia Unitaria di Comunicazione

Cresce anche il numero di pagine visitate, dato che letto unitamente all’andamento del numero di visitatori mostra una progressiva fidelizzazione dell’utenza: di fronte ad una diminuzione del numero di accessi unici nel 2019, il numero medio di pagine visitate aumenta rispetto al 2018 (2018: 2,0 pagine; 2019: 3,3 pagine visitate), il che dimostra che gli utilizzatori si soffermano all’interno del sito e realizzano più di una ricerca.

L’importanza della sezione FEASR – PSR nel veicolare l’informazione relativa al programma è confermata dai risultati dell’indagine realizzata tramite questionario presso i partecipanti al ciclo di cinque eventi nelle province laziali e realizzati nei mesi di settembre ed ottobre 2019.

Fig. 3 – Canali di comunicazione attraverso i quali i partecipanti agli eventi informativi sono venuti a conoscenza del PSR Lazio e che usano per mantenersi aggiornati (n° di risposte*)



(*) era possibile dare più di una risposta

Fonte: indagine partecipanti degli eventi divulgativi 2019

Dall’analisi emerge con immediatezza come il sito web sia lo strumento che ha maggiormente portato alla conoscenza del PSR e sia anche il più utilizzato per mantenersi aggiornato sul programma. Il sito del PSR Lazio è efficace ad intercettare le esigenze informative sia del gruppo target “beneficiari” che del gruppo target “potenziali beneficiari”. Il sito è stato anche indicato come uno dei principali canali attraverso i quali i partecipanti agli eventi informativi ne sono venuti a conoscenza (cf § successivo).

Gli stessi risultati si ritrovano nelle risposte alla survey online di *citizen satisfaction* sugli strumenti di comunicazione del PSR disponibile online. Alla domanda “Attraverso quali canali ha sentito parlare del PSR Lazio? (era possibile dare più risposte)”, il sito è stato lo strumento più menzionato. Inoltre, appare anche il canale utilizzato più frequentemente (100% delle risposte) e quello giudicato più utile per ottenere informazioni sul programma.

Inoltre, per quanto riguarda la “qualità” dell’informazione presente nel sito e la facilità di navigazione, i rispondenti al questionario online, restituiscono un parere positivo in ambedue i casi. Meno definita è l’opinione circa l’efficacia del sito nel facilitare la partecipazione ai bandi.

Le informazioni presenti sul sito del PSR Lazio 2014-2020 sono:	Sono d'accordo	Sono parzialmente d'accordo	Non sono d'accordo	Non saprei	N° di risposte totale
Pubblicate in maniera tempestiva	5	2	0	1	8
Facilmente comprensibili	6	1	0	0	7
Accurate	6	2	0	0	8
Esaustive	5	1	1	0	7
I documenti da scaricare sono adeguati	5	2	0	1	8

Il sito del PSR Lazio:	Sono d'accordo	Sono parzialmente d'accordo	Non sono d'accordo	Non saprei	N° di risposte totale
È ben strutturato e facile da navigare	6	1	1	0	8
Consente di trovare facilmente i contenuti cercati	5	2	1	0	8
Contiene link utili e aggiornati	4	4	0	0	8

Le informazioni presenti sul sito del PSR Lazio mi hanno consentito di partecipare con maggiore facilità al/ai bando/i

Opzioni di risposta	Risposte
Sono d'accordo	1
Sono parzialmente d'accordo	2
Non sono d'accordo	0
Non saprei	4
TOTALE	7

In controtendenza, sono le risposte ottenute nell'ambito dell'indagine di follow up dai partecipanti ad un corso di formazione oggetto del sostegno della misura 1 per giovani agricoltori. Alla domanda "Come si informa sulle novità della PAC e sulle attività del PSR?", l'opzione di risposta relativa al sito internet LazioEuropa occupa la terza posizione con il 17% delle risposte date⁶. L'opzione che ha avuto il maggiore numero di risposte (10 su 36) è stata "Organizzazioni professionali e operatori del settore".

Considerata l'importanza del sito del PSR Lazio, ed al fine di sopperire alla scarsità di dati di monitoraggio, è stata realizzata un'analisi di *user experience design* (Box 1) e un'analisi di *performance, accessibilità e posizionamento* (Box 2) dello strumento i cui risultati vengono presentati a seguire.

Le due sono state realizzate sui due domini: lazioeuropa.it e lazioeuropa.it/psrfeasr.

Per quanto riguarda l'analisi di performance i test sono stati effettuati con strumenti di analisi di Google, in particolare:

- <https://web.dev/measure/>
- <https://search.google.com/test/mobile-friendly?hl=it>
- <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-gb/feature/testmysite/>

⁶ La domanda "Come si informa sulle novità della PAC e sulle attività del PSR?" prevedeva diverse opzioni di risposta e per ognuna si rispondeva barrando la casella si o la casella no. Ogni rispondente ha quindi dato più di una risposta. Il numero totale di rispondenti all'indagine è 12 ed il numero totale di risposte alla domanda è 36.

Opzioni:	n° risposte "SI"
Siti istituzionali del Ministero e della CE	6
Social media	8
Stampa specializzata	4
Sito internet Lazio Europa	6
Stampa generalista	2
Organizzazioni professionali e operatori del settore	10
Totale	36

BOX 1 - ANALISI DI USER EXPERIENCE DESIGN

La progettazione dell'esperienza dell'utente è il processo volto ad aumentare la soddisfazione e la fedeltà dell'utente migliorando l'usabilità dello strumento. Tale processo comprende la tradizionale interazione uomo-sistema IT e la estende ad altri aspetti del prodotto come percepito dagli utenti. Nell'esperienza dell'utente si include l'interfaccia, la grafica, la progettazione industriale, l'interazione fisica e manuale.

Poiché il sito del PSR è una sezione del portale LazioEuropa, l'analisi di user experience design non può prescindere dall'analisi della homepage del portale in quanto "porta di ingresso" verso la sezione specifica del FEASR - PSR.

L'analisi di user experience design della [homepage del portale LazioEuropa](#) ha messo in evidenza che:

- lo sfondo fotografico, la distribuzione degli elementi e l'assenza di gerarchie tra i banner all'interno della homepage rendono la navigazione complicata e disorientano l'utente;
- le news e i bandi aperti sono le informazioni più importanti ma esse non appaiono al momento valorizzate dall'attuale layout basato sulla suddivisione cromatica (ad ogni fondo corrisponde un colore; al FEASR è abbinato il colore verde);
- le quattro sezioni, relative ai quattro fondi FESR, FSE, FEASR e FEAMP, meriterebbero uno spazio in homepage, con una breve descrizione del tipo *call to action* "Scopri di più" con rimando a ogni sezione e una suddivisione cromatica più evidente;
- gli elementi presenti nella *sidebar* a destra, come "Iscriviti alla Newsletter" o "Scrivi a", meriterebbero più respiro, per stimolare la registrazione degli utenti che desiderano ricevere aggiornamenti.

Per quanto riguarda specificatamente la [sezione interna dedicata al FEASR](#), l'analisi di user experience design ha mostrato che:

- si potrebbero aggiungere titoli e foto per rendere più accogliente l'esperienza utente, formattando il testo diversamente;
- anche nelle sezioni interne sarebbe opportuno aggiungere i *form* di contatto e di registrazione alla newsletter;
- per stimolare l'interesse del grande pubblico sugli obiettivi e sui risultati della politica di sviluppo rurale si potrebbe ricorrere maggiormente all'utilizzo di infografiche.

Infine, è opportuno evidenziare che sempre più utenti eseguono consultazioni e ricerche direttamente dal proprio smartphone. Sebbene non sia stato possibile ottenere il dato relativo agli accessi unici da desktop, da cellulare e da tablet, possiamo fare riferimento al dato relativo al sito di un altro programma regionale (PSR Calabria) in modo da quantificare il fenomeno: il 55,14% degli utenti del sito si collega da mobile, il 41,81% si collega da desktop e circa il 3% si collega da tablet.

L'attuale versione mobile del portale e, conseguentemente della sezione FEASR-PSR, è ottimizzata seguendo come guida la versione desktop presentando perciò le stesse criticità. Il menù potrebbe essere migliorato poiché da aperto restituisce uno scroll troppo lungo di voci. Inoltre, nello scroll le 4 sezioni (FESR, FSE, FEASR e FEAMP) non sono differenziate cromaticamente complicando la navigazione. Si consiglia quindi di ottimizzare i contenuti per rendere più leggibili i documenti dalla versione mobile.

BOX 2 - ANALISI DI PERFORMANCE, ACCESSIBILITÀ E POSIZIONAMENTO

La performance complessiva del sito è stata analizzata a partire da tre indicatori:

- un indicatore di performance che guarda la velocità di caricamento;
- un indicatore di accessibilità che verifica la presenza di criticità comuni che potrebbero impedire agli utenti di accedere ai contenuti;
- un indicatore di buone pratiche che verifica tutti gli aspetti, dall'utilizzo di HTTPS ai rapporti relativi all'immagine;
- un indicatore di posizionamento SEO che verifica la visibilità e posizionamento del sito sui motori di ricerca

Ad ognuno di questi indicatori è attribuito un punteggio da 0 a 100.

I risultati delle analisi di performance sono presentati nelle tabelle successive.

lazioeuropa.it		
Indicatore	Punteggio	Giudizio
Performance 	30/100	Il sito si carica in 3.3s su una rete 4G a pieno regime. In media un applicativo web si considera lento già al di sopra dei 2s di caricamento. Secondo il report vengono caricate librerie inutili, le immagini non sono in un formato ottimizzato e sono più grandi del necessario, i testi non sono compressi e ci sono linee di codice che non servono. Questi elementi vanno a incidere anche su una risposta lenta da parte del server.
Accessibilità 	76/100	Per accessibilità si intende l'ottimizzazione del sito per essere visualizzato da persone con disabilità. Il sito ottiene un buon risultato anche se si potrebbe migliorare il contrasto dei colori, aggiungere i giusti attributi alle immagini che potrebbero aiutare un lettore vocale a leggerle. Lo stesso vale anche per i link.
Buone pratiche 	54/100	L'indicatore guarda alla sicurezza del sito. Il punteggio ottenuto è medio basso e dovuto essenzialmente al non utilizzo di un protocollo <i>https</i> . Usare un protocollo <i>https</i> assicura ai browser che il sito è sicuro e che non ci siano virus. Altri piccoli accorgimenti potrebbero riguardare l'aggiornamento di alcune librerie javascript che hanno delle evidenti vulnerabilità. Ci sono anche dei messaggi di errore che la console restituisce.

SEO



83/100

In termini di posizionamento il sito ottiene un ottimo score. Questo assicura che il sito venga letto in modo ottimale dai motori di ricerca come Google.

Per migliorare ancora la prestazione, si potrebbero aggiungere le meta descrizioni e le descrizioni delle immagini. Le prime aiutano Google a capire di cosa si tratta e ad indirizzare al meglio la ricerca dell'utente. Le seconde aiutano il motore di ricerca a visualizzare le immagini correttamente.

Infine, un altro elemento interessante, ottenuto utilizzando lo strumento www.similarweb.com, riguarda l'analisi delle parole chiave che hanno portato, ad ottobre 2019, il traffico desktop gratuito al sito lazioeuropa.it.

Tre delle parole che compongono la top 5 sulle 144 parole chiave più ricercate che portano al portale LazioEuropa sono relative al PSR:

Parola chiave	% traffico arrivato al sito utilizzando la parola chiave nel motore di ricerca
Lazio Europa	5,07%
PSR Lazio	4,38%
Finanziamenti regionali in agricoltura	2,7%
Risultati PSR Lazio	2,34%
Imprenditoria femminile	2,34%

Fonte: www.similarweb.com (dati relativi ad ottobre 2019)

In termini quantitativi, il 9,42% del traffico desktop che arriva al portale LazioEuropa, riguarda ricerche direttamente collegate al PSR Lazio. Questo canale si conferma ancora una volta di fondamentale importanza per la divulgazione delle opportunità di sostegno offerte, la diffusione dei risultati e del ruolo dell'UE.

Infine, è da mettere in evidenza che i contenuti delle pagine dedicate al PSR LAZIO, oltre ad avere dei tempi di caricamento discreti e una buona indicizzazione SEO, sono costantemente aggiornati.

Riguardo l'uso **dei social media**, attualmente tutta la comunicazione del PSR sui social network passa dai profili instagram [@regionelazio.official](https://www.instagram.com/regionelazio.official) e [@lazioinnova](https://www.instagram.com/lazioinnova), facebook-RegioneLazio e twitter [@RegioneLazio](https://twitter.com/RegioneLazio) tuttavia i contenuti relativi al PSR sono pochi e non dialogano con il sito. Una buona social media strategy, la creazione di pagine Facebook, Instagram e Twitter, l'uso di hashtag e contenuti mirati al PSR, aiuterebbero invece ad indirizzare più visitatori sul sito.

5.2.2 Campagne informative

L'analisi si focalizza sul ciclo di eventi informativi realizzati nei mesi di settembre-ottobre 2019 nelle cinque province del Lazio in occasione dell'uscita di bandi di rilevante importanza. In tale occasione è stato somministrato ai partecipanti un questionario (cf allegato 2) volto a raccogliere elementi utili ad analizzare l'efficacia di questo tipo di attività di comunicazione e eventualmente trarre elementi per migliorare la qualità delle azioni future.

Profilo dei rispondenti

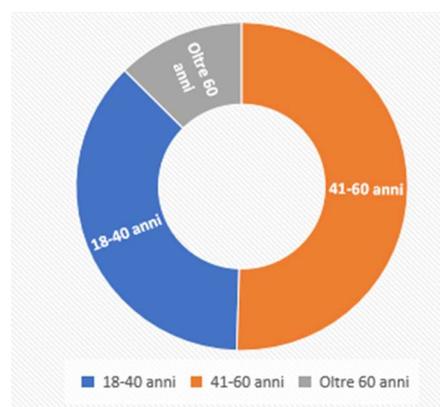
Agli eventi hanno partecipato complessivamente n. 472 persone di cui n. 208 hanno risposto al questionario. La suddivisione dei partecipanti e dei rispondenti al questionario per provincia e, quindi per singolo evento, è presentata nella tabella successiva.

Tab. 7 – Suddivisione per provincia dei partecipanti agli eventi informativi di settembre/ottobre 2019 e dei rispondenti al questionario

Evento	Partecipanti n.	Questionari compilati n.
Rieti - 19 settembre 2019	77	26
Roma - 27 settembre 2019	88	51
Latina - 4 ottobre 2019	89	51
Frosinone - 11 ottobre 2019	125	33
Viterbo - 17 ottobre 2019	93	47
Totale	472	208

Fonte: indagine partecipanti degli eventi divulgativi 2019

Fig. 4 – Suddivisione per classi di età dei rispondenti al questionario



La classe di età maggiormente rappresentata è quella tra i 41 e 60 anni (50,5% dei rispondenti) seguita dalla classe 18-40 anni (37%). Inoltre, n. 81 rispondenti hanno dichiarato di essere “...interessato a presentare domanda di sostegno e non sono ancora beneficiario del PSR Lazio” e quindi sono considerati “potenziali beneficiari”, n. 25 hanno dichiarato di essere “...interessato a presentare domanda e sono già beneficiario del PSR Lazio 2014-2020 oppure ho presentato domanda di sostegno su altro/i bando/i e sono in attesa della graduatoria”, e quindi sono considerati “beneficiari”, n. 80 rispondenti al questionario non hanno indicato una categoria.

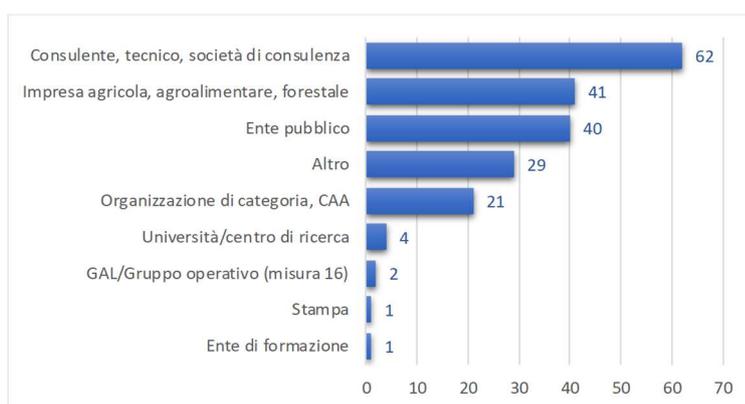


Fig. 5 – Profilo dei rispondenti

(non tutti i rispondenti al questionario hanno indicato il profilo di appartenenza)

Fonte: indagine partecipanti degli eventi divulgativi 2019

Si nota la partecipazione numerosa dei consulenti e tecnici ma anche delle imprese agricole, agroalimentari e forestali direttamente interessate dai bandi presentati relativi alle misure 4.1.1 e 16.10.

Analisi dei risultati dell'indagine

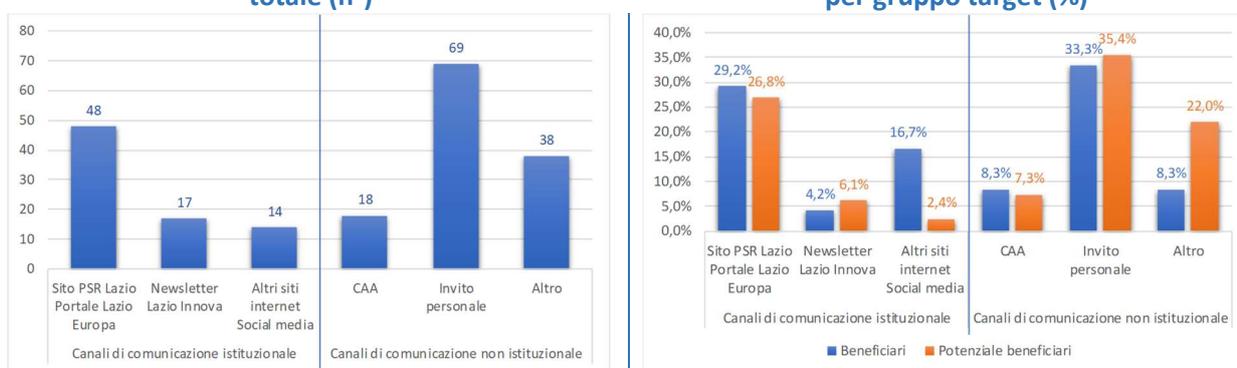
Di seguito vengono presentate le elaborazioni relative ai risultati dell'indagine.

Come abbiamo già menzionato nel paragrafo precedente, il sito è tra i canali più efficaci per la divulgazione degli eventi informativi (cf figura successiva). Tuttavia, l'invito personale è l'opzione che presenta il maggiore numero di risposte, seguita dalla voce “altro” le cui specifiche dei partecipanti sono state: la scuola (indicata 12 volte), passaparola (5 volte), associazioni di categoria e ordini professionali (13 volte), locandine (2).

Questo dato mostra che la maggior parte dei partecipanti agli eventi è venuto a conoscenza delle sessioni informative tramite canali non istituzionali (128 su 207 risposte) e che solo una parte dei partecipanti ne è venuto a conoscenza tramite i canali di comunicazione istituzionali (sito, newsletter, altri siti). La fonte primaria di informazione è rappresentata dall'invito personale/passaparola e dal gruppo composto dalle associazioni di categoria/ordini professionali/CAA in quanto moltiplicatori di informazione. Questo risultato mette in evidenza che l'informazione di secondo livello veicolata attraverso i portatori di interesse appare efficace nell'informare il territorio. La distinzione per categoria di target group non cambia i risultati dell'analisi. Anche in merito ai canali utilizzati per informarsi e aggiornarsi sul PSR (cf figura 3), il passaparola e le organizzazioni di categoria/CAA/consulenti sono fra i canali più forti soprattutto nel caso del gruppo dei potenziali beneficiari.

Ricordiamo che le organizzazioni professionali e operatori del settore sono il canale di comunicazione maggiormente utilizzato per tenersi informati sulla PAC e sull'attività del PSR dai rispondenti all'indagine diretta presso i partecipanti del corso di formazione della misura 1.

Fig. 6 – Canali di comunicazione attraverso i quali i rispondenti sono venuti a conoscenza degli eventi totale (n°) per gruppo target (%)

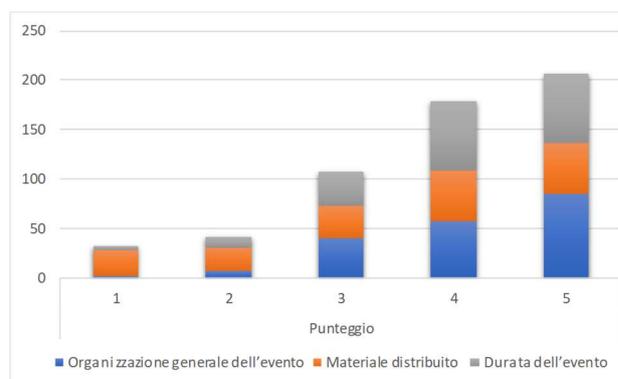


Fonte: indagine partecipanti degli eventi divulgativi 2019

E' stato chiesto ai partecipanti degli eventi provinciali di esprimere un giudizio, attraverso l'attribuzione di un punteggio, sull'organizzazione degli incontri. Gli elementi sui quali i rispondenti al questionario erano chiamati ad esprimersi riguardavano: l'organizzazione complessiva, il materiale distribuito, la durata degli incontri. I partecipanti sono stati invitati anche ad esprimere un'opinione sul contenuto delle sessioni di informazione. I risultati sono presentati di seguito.

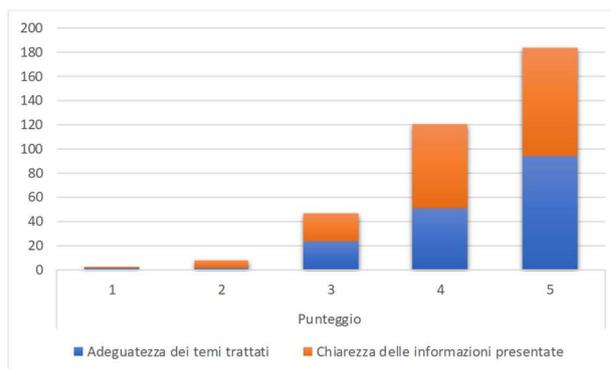
Tab. 8 – Giudizio dei rispondenti sull'organizzazione degli eventi informativi (per prov. e complessivo)

Prov.		Punteggio				
		1	2	3	4	5
FR	Organizzazione generale	0	0	4	9	12
	Materiale distribuito	0	0	5	11	9
	Durata	0	1	4	9	8
LT	Organizzazione generale	0	0	8	18	23
	Materiale distribuito	0	7	10	13	18
	Durata	1	0	6	18	22
RI	Organizzazione generale	0	2	6	6	12
	Materiale distribuito	4	6	4	4	8
	Durata	0	3	7	7	9
RM	Organizzazione generale	2	4	18	11	13
	Materiale distribuito	22	7	6	9	1
	Durata	2	2	11	22	12
VT	Organizzazione generale	0	2	4	13	25
	Materiale distribuito	1	3	9	15	16
	Durata	0	5	6	14	19



Tab. 9 – Giudizio dei rispondenti sul contenuto degli eventi informativi per prov. e complessivo)

Prov.		Punteggio				
		1	2	3	4	5
FR	Adeguatezza temi trattati	1	0	3	9	12
	Chiarezza informazioni	1	0	4	9	11
LT	Adeguatezza temi trattati	0	1	6	12	29
	Chiarezza informazioni	0	0	4	16	28
RI	Adeguatezza temi trattati	0	0	8	5	13
	Chiarezza informazioni	0	3	2	8	13
RM	Adeguatezza temi trattati	0	0	5	22	22
	Chiarezza informazioni	0	1	9	24	15
VT	Adeguatezza temi trattati	0	0	1	3	18
	Chiarezza informazioni	0	3	5	13	23



Punteggio da 1 (insufficiente) a 5 (ottimo)

Fonte: indagine partecipanti degli eventi divulgativi 2019

L'analisi mette in evidenza il gradimento dei partecipanti rispetto a questa tipologia di attività di comunicazione. Le sessioni informative sono state giudicate positivamente, in particolare per quanto riguarda l'organizzazione generale e la durata. Il materiale distribuito è l'aspetto in generale meno apprezzato e sul quale tuttavia si potrebbe nel futuro puntare per una maggiore divulgazione delle informazioni sia rispetto ai temi specifici degli incontri stessi che per divulgare i risultati del programma e rafforzare la conoscenza sul ruolo dell'UE.

Anche in merito ai contenuti degli eventi i partecipanti hanno espresso un giudizio molto positivo sia per quanto riguarda l'adeguatezza dei temi trattati e ancor di più per quanto riguarda la chiarezza delle informazioni presentate.

5.2.3 Altri strumenti

Rispetto ad altri strumenti adoperati in particolare nell'ambito della strategia unitaria riportiamo i dati di monitoraggio disponibili.

Newsletter LazioInnova

La newsletter di LazioInnova è uno strumento che ha dimostrato la sua efficacia nell'informare e aggiornare sul programma, occupando il terzo posto fra i canali di comunicazione più menzionati dai rispondenti al questionario (cf fig. 3) e nella divulgazione degli eventi informativi, in particolare nel caso del gruppo target potenziali beneficiari (cf fig. 6). Considerato il numero degli iscritti e la sua distribuzione per via telematica è uno strumento di comunicazione istituzionale che potrebbe essere maggiormente utilizzato per la diffusione e pubblicizzazione di notizie specifiche sul PSR.

Tab. 10 – Dati di monitoraggio Newsletter LazioInnova

Strumento	Indicatori di monitoraggio	Valore
Newsletter telematica Lazio Innova	N° di uscite totali	342
	N° di iscritti della newsletter	45.613

Fonte: sistema di monitoraggio della Strategia Unitaria di Comunicazione

Materiale di comunicazione sui Fondi SIE

Come visto precedentemente (§ 4.1.2) la partecipazione a eventi/convegni mostre è stata anche l'occasione per la diffusione di materiale di comunicazione sui Fondi SIE nell'ambito delle attività della Strategia Unitaria, segnatamente dei cataloghi, dépliant, gadget di vario tipo, ecc. Non disponendo di dati relativi al materiale diffuso, il cui rapporto con le quantità di materiale realizzato potrebbe essere un indicatore di efficacia (nel senso che il materiale di comunicazione è stato accettato dai cittadini, indipendentemente dall'uso che poi

potrebbe essere stato fatto), si riporta qui di seguito, a titolo puramente indicativo, solo il dato relativo al materiale prodotto.

Tab. 11 – Dati di monitoraggio su materiali informativi e allestimenti grafici

Materiali informativi e allestimenti grafici		N° copie prodotte
2016	Catalogo Marker Fair	3.000
2016	Dépliant “L’Europa per te”	-
2017	T-shirt per Let’s Play	1.500
2017	T-shirt e zaini per Romics	2.000 per ogni tipo
2017	Brochure per Romics	5.000
2017	Illustrazioni per pannelli Romics	8
2017	Stampa brochure fondi SIE	1.500
2017	Borse, t-shirt, lacci per Riunione annuale di riesame 2017	250
2017	Cartelline e blocchi per Riunione annuale di riesame 2017	300 per ogni tipo
2017	Volume Con l’Europa il Lazio è più forte per evento 29/11	800
2017	Totem per evento Con l’Europa il Lazio è più forte	2
2018	Realizzazione pannelli per partecipazione a eventi estivi	4
2018	Volume “Con l’Europa il Lazio è più forte” Volume sull’avanzamento della programmazione Fondi SIE 2014-2020 e video di presentazione, prodotti in occasione dell’evento annuale	500
2018	Brochure “Con l’Europa il Lazio è più forte” relativa ai Fondi europei della Regione con i bandi aperti o di prossima pubblicazione. Distribuita in occasione di eventi pubblici, è costantemente aggiornata per tenere conto della chiusura e del lancio di nuovi bandi.	500

Fonte: sistema di monitoraggio della Strategia Unitaria di Comunicazione

Numero verde

Per quanto riguarda il **numero verde 800 0122 83** non sono disponibili dati di monitoraggio. Tuttavia è da evidenziare che questo strumento previsto nella strategia unitaria è uno strumento di natura generalista (numero unico della Regione Lazio) e non dedicato ai Fondi SIE.

5.2.4 Percezione dell’efficacia della comunicazione relativa al PSR Lazio

In questa sezione del Rapporto restituiamo il parere dei rispondenti alle indagini realizzate in merito alla percezione dell’efficacia della comunicazione messa in atto fino ad oggi sul PSR Lazio 2014-2020. Si tratta, come già più volte menzionato, di un’analisi qualitativa basata su un universo di risposte molto limitato che tuttavia può dare qualche indicazione. Nel prossimo rapporto previsto per il 2020 ci si potrà avvalere anche di indagini dirette che permetteranno la realizzazione di analisi ovviamente più solide e distinte per tipologia di target group.

Percezione dei rispondenti all’indagine di *citizen satisfaction* online

Nell’ambito dell’indagine di *citizen satisfaction* sugli strumenti di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020, è stata posta una domanda volta a verificare la percezione dell’efficacia della comunicazione sul programma. I risultati sono riportati nella tabella.

L’efficacia della comunicazione messa in atto dalla Regione Lazio sulle opportunità offerte dal PSR è:	
Opzioni di risposta	Risposte
Buona dato che ho potuto attingere informazioni da diverse fonti	3
Sufficiente dato che l’informazione è fornita tramite canali di comunicazione con cui vengo frequentemente a contatto	4
Insufficiente dato che le informazioni mi sono arrivate in via del tutto casuale	0
Non saprei	1
	TOTALE
	8

Lo sviluppo di ulteriori strumenti dedicati specificamente al PSR Lazio 2014-2020 (quali social networks, blog, newsletter, ecc.) servirebbe a migliorare la conoscenza del Programma da parte del pubblico e da parte dei beneficiari effettivi e di quelli potenziali del Programma:

Opzioni di risposta	Risposte
Sono d'accordo	5
Sono parzialmente d'accordo	3
Non sono d'accordo	0
Non saprei	0
TOTALE	8

Sulla base delle risposte ottenute, la comunicazione sul programma è considerata sufficiente da 50% dei rispondenti (4 su 8 rispondenti), tuttavia 5 su 8 partecipanti all'indagine considera opportuno sviluppare ulteriori strumenti di comunicazione al fine di migliorare la conoscenza sul PSR.

Percezione dei rispondenti all'indagine diretta presso partecipanti del corso di formazione

Ai partecipanti del corso di formazione finanziato con la misura 1 rivolto a giovani agricoltori e che hanno risposto all'indagine di follow up è stato prima di tutto chiesto se conoscevano gli strumenti di comunicazione istituzionale attivati dalla Regione Lazio sul PSR 2014-2020: 7 su 12 hanno confermato la loro conoscenza, 2 hanno detto di non essere a conoscenza, 3 non hanno risposto.

E' stata quindi posta la domanda sull'efficacia della comunicazione alla quale i partecipanti hanno risposto come segue:

Che giudizio dà dell'efficacia della comunicazione messa in atto dalla Regione Lazio sulle opportunità offerte dal PSR?	
Opzioni di risposta	Risposte
Ottima dato che diverse sono state le fonti da cui ho potuto attingere informazioni	3
Sufficiente dato che i messaggi sono stati inoltrati presso canali informativi con cui vengo frequentemente in contatto	6
Insufficiente dato che le informazioni mi sono arrivate in via del tutto casuale	3
TOTALE	12

Anche in questo caso la percezione dell'efficacia dell'azione comunicativa relativa al programma è considerata sufficiente da 50% dei rispondenti. Tuttavia, rispetto ai risultati dell'indagine precedente, 3 rispondenti ritengono la comunicazione insufficiente.

6 CORRETTO INDIRIZZO DEL MESSAGGIO E EFFETTIVA COMPrensIONE DA PARTE DEI TARGET

Il presente ambito di indagine è volto a valutare l'effettiva comprensione da parte dei gruppi di destinatari coinvolti dall'operato comunicativo. L'avanzamento delle attività di comunicazione e informazione permette di rispondere solo parzialmente a una delle tre domande valutative identificate (cf capitolo 2), ed in particolare quella relativa alla consapevolezza dei destinatari target sul ruolo svolto dall'UE quale cofinanziatore delle politiche di sviluppo rurale.

6.1 Qual è la consapevolezza dei destinatari target sul ruolo svolto dall'UE quale cofinanziatore delle politiche di sviluppo rurale?

La valutazione si basa sull'analisi qualitativa di elementi desunti dall'indagine di rilevazione del grado di soddisfazione condotta presso i partecipanti agli eventi divulgativi delle cinque province del Lazio nonché da elementi tratti dalle risposte ottenute all'indagine di *citizen satisfaction* sugli strumenti di comunicazione del PSR e dall'indagine diretta presso i partecipanti al corso di formazione della misura 1.

Ai partecipanti delle sessioni informative realizzate nelle cinque province laziali è stato chiesto se i temi trattati negli incontri permettevano di chiarire il ruolo dell'Unione Europea nel cofinanziamento del PSR Lazio. La risposta è stata affermativa per 52% dei rispondenti (101 sui 193 che hanno risposto alla domanda) e il 33% ha risposto abbastanza. Resta comunque da evidenziare che per 15% dei rispondenti il messaggio sul ruolo dell'UE in quanto cofinanziatore dell'opportunità di sostegno presentate nel corso degli eventi non è stato sufficientemente chiaro.

La lettura dei dati per tipologia di gruppo target (vedi figura successiva) non mostra sostanziali differenze. Dall'analisi emerge che il 26% dei rispondenti beneficiari del sostegno del PSR e il 36% dei potenziali beneficiari risponde "abbastanza" suggerendo che i temi trattati negli incontri non chiariscono sufficientemente sul ruolo dell'UE.

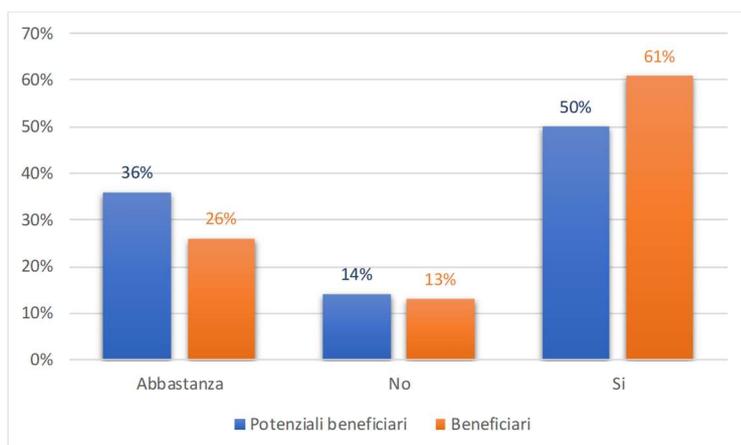


Fig. 7 – Opinione su chiarezza temi trattati in merito ruolo dell'UE nel cofinanziare il PSR Lazio

(non tutti i rispondenti al questionario hanno indicato il profilo di appartenenza)

Fonte: indagine partecipanti degli eventi divulgativi 2019

Vanno nella stessa direzione le risposte all'indagine online sul gradimento della comunicazione istituzionale del PSR. Su 8 rispondenti, 5 dichiarano di essere parzialmente d'accordo sul fatto che gli strumenti di comunicazione abbiano permesso di aumentare la conoscenza sulla politica comunitaria di sviluppo rurale attuata nel Lazio.

Grazie agli strumenti di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020 il mio livello di conoscenza della politica comunitaria di sviluppo rurale attuata nella Regione Lazio è aumentato:

Opzioni di risposta	Risposte
Sono d'accordo	2
Sono parzialmente d'accordo	5
Non sono d'accordo	0
Non saprei	1
TOTALE	8

Tuttavia il ruolo dell'UE in quanto co-finanziatore dello sviluppo delle aree rurali del Lazio sembra essere chiaro per i partecipanti all'indagine di *citizen satisfaction*.

Le è chiaro che il PSR Lazio è co-finanziato dall'Unione Europea con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo delle aree rurali del Lazio?

Opzioni di risposta	Risposte
Sì	8
No	0
TOTALE	8

Per quanto riguarda invece il FEASR in quanto fondo dell'Unione Europea che sostiene lo sviluppo rurale, 7 su 8 dei rispondenti all'inchiesta di *citizen satisfaction* dichiara di sapere di cosa si tratta.

Lo sa che il Fondo dell'Unione Europea che finanzia la politica di sviluppo rurale è il FEASR – Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale?

Opzioni di risposta	Risposte
Sì, so di cosa si tratta	7
Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta	1
No, non lo sapevo	0
TOTALE	8

Invece 8 sui 10 giovani agricoltori partecipanti al corso di formazione e che hanno risposto alla domanda specifica dichiara di non sapere cos'è il FEASR.

La lettura di questi dati fa emergere che il livello di non conoscenza si riferisce al Fondo stesso mentre sembra esserci la consapevolezza del ruolo dell'UE in quanto co-finanziatore del sostegno allo sviluppo rurale.

7 CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE, SUGGERIMENTI E RACCOMANDAZIONI

L'analisi dell'efficacia dell'attività di comunicazione istituzionale del Programma è uno degli approfondimenti richiesti alla COGEA nell'ambito del servizio di valutazione del PSR Lazio 2014-2020.

Come indicato nel Piano di valutazione del PSR e nei documenti correlati, la valutazione della comunicazione del PSR prevede due Rapporti: oltre al presente, è previsto un secondo Rapporto nel 2020. I risultati emersi e presentati in questo approfondimento tematico possono quindi essere utili per eventuali riorientamenti delle attività e degli strumenti da utilizzare nei prossimi mesi.

La metodologia adottata, in particolare l'individuazione degli ambiti di indagine e la scelta delle tecniche di analisi, si basa sul Documento di orientamento della Rete Rurale Nazionale "Valutare la comunicazione dei PSR 2014-2020" (dicembre 2018) e sulla consultazione di altra letteratura rilevante. Ci si è inoltre avvalsi della discussione e degli approfondimenti emersi nel workshop della RRN di novembre 2019 in merito alla formulazione della domanda valutativa in materia di comunicazione del PSR. Considerata inoltre la sostanziale continuità fra i due ultimi cicli di programmazione, si è tenuto in particolare conto le conclusioni e le raccomandazioni formulati dal valutatore 2007-2013.

Le attività di analisi realizzate per la redazione del presente elaborato sono influenzate da due elementi. In primo luogo il campo di analisi, ovvero la tipologia di attività di comunicazione e informazione realizzate ad oggi molto centrate sulla fase di lancio del PSR. In secondo luogo, i dati di monitoraggio disponibili rispetto a quanto previsto, e l'impossibilità per il Valutatore di ricorrere a strumenti di indagine diretta (es. survey presso i beneficiari), limite in principio parzialmente superato dal lancio di una indagine aperta di *citizen satisfaction* con esiti però molto poco significativi.

La combinazione di questi due aspetti non rende ancora possibile rispondere a tutte le domande di valutazione e/o analizzare la percezione della comunicazione da parte di tutti i target group destinatari. L'analisi di efficacia delle attività sarà di sicuro ampliata nel secondo Rapporto (2020), una volta conclusa la procedura di gara per la selezione di un operatore esterno a cui affidare la realizzazione di un Piano di Comunicazione integrato del PSR e avviate le relative attività

Questo rapporto fornisce una risposta a sei quesiti valutativi basati su tre specifici ambiti di analisi: la completezza, esaustività e adeguatezza della Strategia di comunicazione, la coerenza dell'operato comunicativo rispetto a quanto previsto e l'efficacia di quanto realizzato.

Oltre all'analisi documentale e dei dati di monitoraggio disponibili, per la valutazione sono stati raccolti dati primari relativi al grado di soddisfazione da parte dei gruppi destinatari dell'azione comunicativa: un questionario per la rilevazione dei feedback (grado di soddisfazione) dei partecipanti agli eventi informativi, un'indagine di *citizen satisfaction* sugli strumenti di comunicazione, un'indagine diretta presso i partecipanti di un corso di formazione oggetto del sostegno della misura 1. Altre informazioni utili sono state tratte da interviste alle strutture dell'AdG.

Si è inoltre fatto ricorso alla Web Analytics e al parere di esperto per l'analisi del sito FEASR-PSR (*performance e customer experience*).

➔ La completezza, esaustività e adeguatezza della Strategia di comunicazione rispetto alla *vision* regolamentare

L'analisi è stata volta a valutare la congruità della Strategia di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020 rispetto alle prescrizioni regolamentari in materia.

In esecuzione della richiesta regolamentare, l'AdG ha elaborato la Strategia di comunicazione del PSR per il 2014-2020, che è parte integrante della Strategia di comunicazione unitaria dei Fondi SIE 2014-2020 del Lazio varata dalla Giunta Regionale nel maggio 2015 (DGR 252 del 26 maggio 2015).

L'analisi di congruità della strategia del PSR rispetto alla norma regolamentare evidenzia il sostanziale rispetto e ottemperamento delle disposizioni stabilite dal Reg. (UE) n. 808/2014. Infatti, il documento riprende gli elementi minimi di cui all'Allegato III del regolamento, presentando tutti i contenuti ivi previsti.

È opportuno evidenziare che la predisposizione del documento è precedente all'adozione del programma (approvato a novembre 2015) e che esso, da allora, non ha subito modifiche. Si tratta pertanto di un documento di indirizzo che non è stato tradotto successivamente in un piano di comunicazione esecutivo dettagliato.

L'analisi ha peraltro messo in evidenza come alcuni aspetti non siano pienamente sviluppati, in particolare:

- non sono identificate chiaramente le attività di comunicazione destinate al target group "moltiplicatori di informazione", che l'analisi ha mostrato giocare un ruolo importante nella diffusione dell'informazione sul territorio;
- l'identificazione di possibili sinergie con l'azione comunicativa della RRN è appena accennata e non sviluppata;
- oltre a stabilire, in coerenza con quanto previsto dai regolamenti (UE) n. 1305/2013 e n. 808/2014, l'effettiva necessità che le attività di comunicazione debbano essere sottoposte ad un'attività di monitoraggio, non vengono definite concrete modalità di messa in opera di un sistema di monitoraggio. Da mettere anche in evidenza che la Strategia non quantifica i valori iniziali dei destinatari target né i valori obiettivo da raggiungere per i vari indicatori;
- infine come già menzionato precedentemente, non vi è un piano di comunicazione e un aggiornamento annuale che comprenda la definizione delle attività da realizzare l'anno successivo e un cronoprogramma generale delle attività come richiesto all'art. 13 del Reg. (UE) n. 808/2014.

Il quadro delineato porta a formulare due raccomandazioni relativamente alla completezza, esaustività e adeguatezza della Strategia di comunicazione. Innanzitutto, si raccomanda l'aggiornamento della Strategia nonché la sua declinazione puntuale in piani di comunicazione esecutivi annuali. In secondo luogo, si raccomanda di prestare particolare attenzione al gruppo target dei moltiplicatori di informazione, individuando specifiche azioni di comunicazione e informazione dirette a loro e/o che li coinvolgano, anche attraverso l'effettiva realizzazione di tavoli regionali di coordinamento con cadenza periodica come previsto nel documento programmatico.

⇒ **Coerenza dell'operato comunicativo rispetto a quanto definito nella Strategia di comunicazione del programma**

L'analisi ha, come primo step, ricostruito ed esaminato l'operato comunicativo sotto la diretta responsabilità dell'AdG nel periodo di attuazione 2015-2019, in termini di quanto e cosa è stato realizzato. Il quadro attuativo è stato completato con quanto realizzato nell'ambito della Strategia unitaria dei Fondi SIE.

Successivamente, si è proceduto all'analisi di coerenza che poggia sulla costruzione del Diagramma Logico di intervento della Strategia di comunicazione del PSR (DLIS). Il DLIS spiega le relazioni e interrelazioni esistenti tra gli obiettivi, strumenti e attività e destinatari target.

I risultati dell'analisi fanno emergere che l'operato comunicativo sotto la diretta responsabilità dell'AdG di questi primi tre anni di attuazione del programma è stato caratterizzato dall'utilizzo di alcuni strumenti e dalla realizzazione di alcune azioni di informazione e divulgazione. Gli strumenti maggiormente adoperati sono stati la sezione FEASR-PSR del portale Lazio Europa e gli incontri informativi.

Il grado di attuazione della Strategia di comunicazione del PSR appare ancora limitato e legato alla fase di lancio del programma. Le attività attuate, in coerenza con quanto previsto nella Strategia di comunicazione del programma, si sono focalizzate sull'obiettivo di fare conoscere il PSR e le opportunità offerte nei diversi ambiti di intervento attraverso momenti di divulgazione e informazione in occasione della pubblicazione di bandi. L'AdG, nella primissima fase di avvio del programma e successivamente nella fase di pubblicizzazione delle opportunità di finanziamento ha optato per il ricorso a strumenti e azioni di comunicazione che

permettessero di soddisfare esigenze informative e comunicative di più target. I due gruppi di destinatari target maggiormente coinvolti dall'operato comunicativo in questi primi tre anni, in linea con il percorso attuativo del programma, sono i potenziali beneficiari e i beneficiari.

Per quanto riguarda le attività realizzate nell'ambito della Strategia Unitaria, è emerso un quadro solo in parte valutabile nell'ottica FEASR. Le attività realizzate sono incentrate sulla divulgazione delle opportunità offerte dai Fondi SIE attraverso la partecipazione ad eventi e mostre e conseguentemente su azioni di carattere generalista rispetto al FEASR / PSR. Da notare, anche rispetto agli altri due Fondi, che la maggior parte degli eventi/manifestazioni ai quali c'è stata una partecipazione del FEASR si sono svolte nell'area metropolitana di Roma non coinvolgendo quindi le aree rurali alle quali è invece dedicato il programma.

➡ Efficacia degli strumenti di comunicazione adottati

Appurata la coerenza dell'azione comunicativa e informativa rispetto al quadro programmatorio della Strategia ma anche rispetto alle diverse fasi attuative del programma, l'analisi si è soffermata sulla verifica dell'efficacia delle azioni e strumenti adoperati in termini della loro capacità di raggiungere i gruppi target.

Differenziazione degli strumenti rispetto ai gruppi target

Il primo ambito dell'analisi ha guardato al grado di differenziazione degli strumenti adottati rispetto ai target destinatari, partendo dal presupposto che tale differenziazione è funzione delle esigenze informative e comunicative del target destinatario.

I risultati dell'analisi evidenziano come il mix di strumenti utilizzati nella primissima fase di lancio del programma e nella successiva fase di pubblicizzazione dei bandi dei differenti interventi risulti adeguato ai gruppi target, essendo quindi il target potenziali beneficiari, insieme al target moltiplicatori di informazione, quello per il quale si osserva la maggiore differenziazione degli strumenti, in termini di numero, e di attività attuati. A questi target sono state dedicate varie attività ad alta capacità informativa (es. cicli di eventi realizzati delle cinque province del Lazio, l'incontro divulgativo sulla misura dedicata ai giovani, ecc).

Il target beneficiari è quello oggetto di un'attività di comunicazione più specifica e mirata che passa predominantemente dal sito web, mentre per quanto riguarda il pubblico/cittadinanza, che richiede una attività di comunicazione più incentrata sulla diffusione dei risultati e impatti del programma ed il ruolo dell'Unione, è stata adoperata una gamma di strumenti/attività ancora poco diversificata. L'analisi ha infatti rilevato che questo gruppo target è stato coinvolto soprattutto dalla comunicazione più generalista attuata nell'ambito della Strategia Unitaria, attraverso campagne informative e pubblicitarie sui fondi SIE, e ancora poco dall'azione di comunicazione del FEASR.

Efficacia degli strumenti adottati nel raggiungere i differenti target destinatari

L'analisi è stata volta a valutare l'efficacia degli strumenti adottati in termini della loro idoneità e capacità di raggiungere i differenti target. È stata anche verificata la percezione della loro efficacia da parte dei target maggiormente interessati: potenziali beneficiari, beneficiari e moltiplicatori di informazione.

Considerato l'operato comunicativo del triennio, sono stati analizzati in particolare due strumenti di comunicazione attivi fin all'inizio del programma: il sito web e gli incontri informativi.

Come già anticipato, per quanto riguarda il gruppo target grande pubblico, l'azione di comunicazione attuata nell'ambito della Strategia Unitaria appare, nell'ottica FEASR, poco penetrante. Si presume che, da un lato, con l'avanzare dell'attuazione del programma e, dall'altro lato, con l'affidamento del servizio di comunicazione integrato del Programma di Sviluppo Rurale del Lazio 2014/2020, saranno realizzate attività più mirate.

A questo proposito si suggerisce che le attività di comunicazione che verranno lanciate nel prossimo futuro indirizzino opportunamente dei messaggi ad un target selezionato e dotato di specifica sensibilità agli obiettivi FEASR.

L'analisi quantitativa dei dati di monitoraggio disponibili ha fatto emergere la crescente visibilità e efficacia della sezione FEASR-PSR del portale LazioEuropa rispetto agli scopi di comunicazione e divulgazione del programma. I risultati dell'analisi hanno messo in evidenza l'aumento del numero di accessi unici riferiti al FEASR (proxy del numero di persone che visita un sito in un determinato periodo) tra il 2016 e il 2018 (per il 2019 sono disponibili solo i primi 9 mesi) in concomitanza quindi con la fase di forte accelerazione procedurale del Programma tra il 2017 e il 2018.

L'efficacia del sito riguardo i suoi scopi divulgativi e informativi è ulteriormente confermata dal confronto tra l'utenza del FEASR rispetto a quella generale del portale LazioEuropa, nella misura in cui il numero di accessi unici riferiti al FEASR sul totale degli accessi unici di www.LazioEuropa è in aumento dal 2016 avendo raggiunto il 25% nel 2018, anno in cui il numero di accessi totali al portale registra una battuta di arresto.

L'importanza dello strumento web nel veicolare l'informazione relativa al programma è confermata dai risultati dell'analisi qualitativa basata sui risultati delle indagini realizzate (tramite questionario somministrato ai partecipanti di incontri informativi e la survey online di *citizen satisfaction*): il sito web appare lo strumento che maggiormente porta alla conoscenza del PSR ed è il più utilizzato per mantenersi aggiornato sul programma. Il sito del PSR Lazio è efficace ad intercettare le esigenze informative sia del gruppo target "beneficiari" che del gruppo target "potenziali beneficiari".

Oltre al sito, le indagini hanno evidenziato un'apprezzabile efficacia della comunicazione veicolata tramite i moltiplicatori di informazione (in particolare associazioni di categoria/ordini professionali/CAA), rispetto ai canali di comunicazione istituzionali della Regione (sito, newsletter, altri siti) per ottenere notizie su eventi/incontri/iniziativa e per informarsi e aggiornarsi sul PSR. La comunicazione di secondo livello, non istituzionale, appare ancora particolarmente utile nel Lazio per la diffusione delle informazioni sul territorio soprattutto nel caso del gruppo target potenziali beneficiari.

A questo proposito, richiamando quanto già detto precedentemente, si suggerisce di potenziare le azioni/strumenti di comunicazione che possano essere veicolate tramite i moltiplicatori di informazione, come per esempio la realizzazione di azioni di informazione congiunte e la messa a disposizione di materiale informativo.

Tra i canali di comunicazione istituzionali, la newsletter di LazioInnova, dimostra la sua efficacia nell'informare e aggiornare sul programma e nella divulgazione di eventi informativi, occupando il terzo posto fra i canali di comunicazione più menzionati nelle indagini in particolare nel caso del gruppo target potenziali beneficiari.

Considerato il numero degli iscritti (circa 45.000) e la sua distribuzione per via telematica, la newsletter è uno strumento di comunicazione istituzionale importante perché raggiunge direttamente il target dei beneficiari/potenziali beneficiari ed in parte anche il grande pubblico: si raccomanda quindi di veicolare in modo sistematico le news del PSR (es. bandi in uscita) e anche informative più generali sui risultati (es. infografiche, sintesi divulgative dei rapporti di valutazione).

Qualità degli strumenti web

Per quanto riguarda le caratteristiche del sito web, i risultati delle analisi di *user experience design* e di *performance*, *accessibilità* e *posizionamento* realizzate sia sul dominio lazioeuropa.it che su lazioeuropa.it/psrfeasr hanno portato ad un giudizio complessivo positivo sulle caratteristiche di questo strumento.

I risultati dell'analisi portano alla formulazione di alcuni suggerimenti volti a migliorare la *user experience* della sezione lazioeuropa.it/psrfeasr:

- si raccomanda l'utilizzo di titoli e foto e un maggiore ricorso ad infografiche.
- l'ottimizzazione della versione mobile, considerato che sempre più utenti eseguono consultazioni e ricerche direttamente dai propri dispositivi mobili.

La performance complessiva del sito, valutata sulla base di indicatori di performance, accessibilità e posizionamento, presenta anche essa degli *score* positivi, in particolare una buona indicizzazione SEO (visibilità e posizionamento del sito sui motori di ricerca), un buon risultato dal punto di vista della accessibilità⁷, nonché contenuti costantemente aggiornati. Da notare tuttavia dei tempi di caricamento non ottimali e l'assenza del protocollo di sicurezza https che assicura ai browser che il sito è sicuro e che non vi siano virus.

Per ottimizzare la performance della sezione lazioeuropa.it/psrfeasr:

- in termini di posizionamento, si raccomanda di aggiungere meta descrizioni e descrizioni delle immagini (le prime aiutano Google a capire di cosa si tratta e ad indirizzare al meglio la ricerca dell'utente; le seconde aiutano il motore di ricerca a visualizzare le immagini correttamente);
- in termini di accessibilità si raccomanda di aumentare il contrasto dei colori, aggiungendo i giusti attributi alle immagini che potrebbero aiutare un lettore vocale a leggerle;
- si raccomanda di aggiungere il protocollo di sicurezza https.

Infine, è da evidenziare che attualmente la comunicazione del PSR sui social network passa dai profili istituzionali [instagram @regionelazio.official](https://www.instagram.com/regionelazio) e [@lazioinnova](https://www.instagram.com/lazioinnova), [facebook-RegioneLazio](https://www.facebook.com/RegioneLazio) e [twitter @RegioneLazio](https://twitter.com/RegioneLazio). I contenuti prettamente PSR sono pochi e non dialogano con il sito. L'esigenza di sviluppare ulteriori strumenti di comunicazione dedicati al PSR come i social networks, i blog, al fine di migliorare la conoscenza del programma da parte del pubblico, dei beneficiari effettivi e di quelli potenziali è stata ravvisata dai partecipanti all'indagine on line di *citizen satisfaction* sugli strumenti di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020.

Il Valutatore raccomanda quindi lo sviluppo di una social media strategy dedicata, la creazione di pagine Facebook, Instagram e Twitter, l'uso di hashtag e contenuti mirati al PSR che aiuterebbero ad indirizzare più visitatori sul sito.

Qualità degli eventi informativi

Le indagini realizzate hanno fatto emergere il gradimento dei gruppi destinatari, potenziali beneficiari e beneficiari, rispetto a questa tipologia di attività di comunicazione. I partecipanti hanno espresso un giudizio molto positivo in merito ai contenuti delle sessioni informative sia per quanto riguarda l'adeguatezza dei temi trattati e ancor di più per quanto riguarda la chiarezza delle informazioni presentate. Inoltre, gli eventi sono giudicati positivamente per quanto riguarda l'organizzazione generale e la durata.

Il materiale distribuito è l'aspetto in generale meno apprezzato e sul quale il Valutatore suggerisce di puntare, nel futuro, per una maggiore divulgazione delle informazioni sia rispetto ai temi specifici degli incontri stessi che per divulgare i risultati del programma e rafforzare la conoscenza sul ruolo dell'UE.

➡ Consapevolezza del ruolo svolto dall'UE quale cofinanziatore delle politiche di sviluppo rurale

L'avanzamento delle attività di comunicazione e informazione specifiche sul FEASR dirette al grande pubblico permette di fornire solo alcuni elementi di carattere qualitativo, basati sui risultati delle indagini realizzate, in merito alla percezione da parte dei gruppi target sul ruolo dell'UE in quanto cofinanziatore della politica di sviluppo rurale.

Emerge dall'analisi che gli strumenti di comunicazione del PSR, ed in particolare il sito web e le sessioni informative realizzate nell'autunno 2019, hanno favorito la conoscenza sulla politica comunitaria di sviluppo

⁷ Un sito web è accessibile quando fornisce informazioni fruibili da parte di tutti gli utenti, compresi coloro che si trovano in situazioni di limitazioni fisiche, tecnologiche o ambientali.

rurale attuata nel Lazio e una generale consapevolezza in merito al sostegno comunitario. Il messaggio sembra essere utilizzato correttamente e, in generale, esso viene compreso da parte dei destinatari target.

Sono peraltro emersi elementi sul livello di chiarezza del messaggio (assieme ad una scarsa informazione rispetto al FEASR - malgrado i rispondenti siano in larga misura beneficiari o potenziali beneficiari) che porta a ritenere che i contenuti del messaggio possano essere ulteriormente sviluppati.

ALLEGATI

ALLEGATO 1 – QUESTIONARIO SOMMINISTRATO AI PARTECIPANTI AGLI EVENTI INFORMATIVI DI SETTEMBRE – OTTOBRE 2019

PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE LAZIO 2014-2020

Il vostro parere sulla sessione di informazione alla quale avete partecipato

La compilazione del questionario richiede pochi minuti e le risposte fornite consentiranno di raccogliere elementi utili per migliorare la qualità degli eventi informativi relativi al PSR Lazio 2014-2020. Tutte le informazioni raccolte saranno utilizzate nel rispetto della normativa vigente sulla privacy, in forma anonima ed esclusivamente a fini statistici.

Evento del: _____

1) Età

- 18 - 40 anni 41 - 60 anni Oltre 60 anni

2) Sesso

- M F

3) Profilo

- Impresa agricola o agroalimentare, impresa forestale
 Ente pubblico
 GAL/Gruppo operativo (misura 16)
 Università/centro di ricerca
 Ente di formazione
 Organizzazione di categoria, CAA
 Consulente, tecnico, società di consulenza
 Stampa
 Altro (*max 30 caratteri*): _____

4) Partecipazione

- Sono interessato a presentare domanda di sostegno e non sono ancora beneficiario del PSR Lazio
 Sono interessato a presentare domanda e sono già beneficiario del PSR Lazio 2014-2020 oppure ho presentato domanda di sostegno su altro/i bandi e sono in attesa della graduatoria

5) È venuto/venuta a conoscenza del PSR Lazio e si tiene aggiornato tramite: (*è possibile dare più risposte*)

- Bollettino Ufficiale Regione Lazio
 Portale Lazio Europa – Sito PSR Lazio 2014-2020
 Newsletter Lazio Innova
 Altri siti internet
 Stampa locale/stampa specializzata
 Radio e TV locali
 Social networks
 Materiale promozionale (dépliant informativi, ecc.)
 Eventi informativi/seminari/convegni
 Centri di assistenza agricola (CAA)/Organizzazioni di categoria/Consulenti
 GAL
 Passaparola
 Altro (*max 30 caratteri*) _____

6) È venuto/venuta a conoscenza dell'evento informativo tramite:

- Invito personale
- Sito del PSR Lazio 2014-2020 sul portale Lazio Europa
- Altri siti internet/Social media

- Newsletter Lazio Innova
- CAA
- Altro (*max 30 caratteri*): _____

7) Come valuta l'organizzazione dell'evento? *Rispondere con un punteggio da 1 (insufficiente) a 5 (ottimo)*

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| Organizzazione generale dell'evento | <input type="checkbox"/> |
| Materiale distribuito | <input type="checkbox"/> |
| Durata dell'evento | <input type="checkbox"/> |

8) Come valuta i contenuti dell'evento? *Rispondere con un punteggio da 1 (insufficiente) a 5 (ottimo)*

- | | |
|---|--------------------------|
| Adeguatezza dei temi trattati | <input type="checkbox"/> |
| Chiarezza delle informazioni presentate | <input type="checkbox"/> |
| Durata dell'evento | <input type="checkbox"/> |

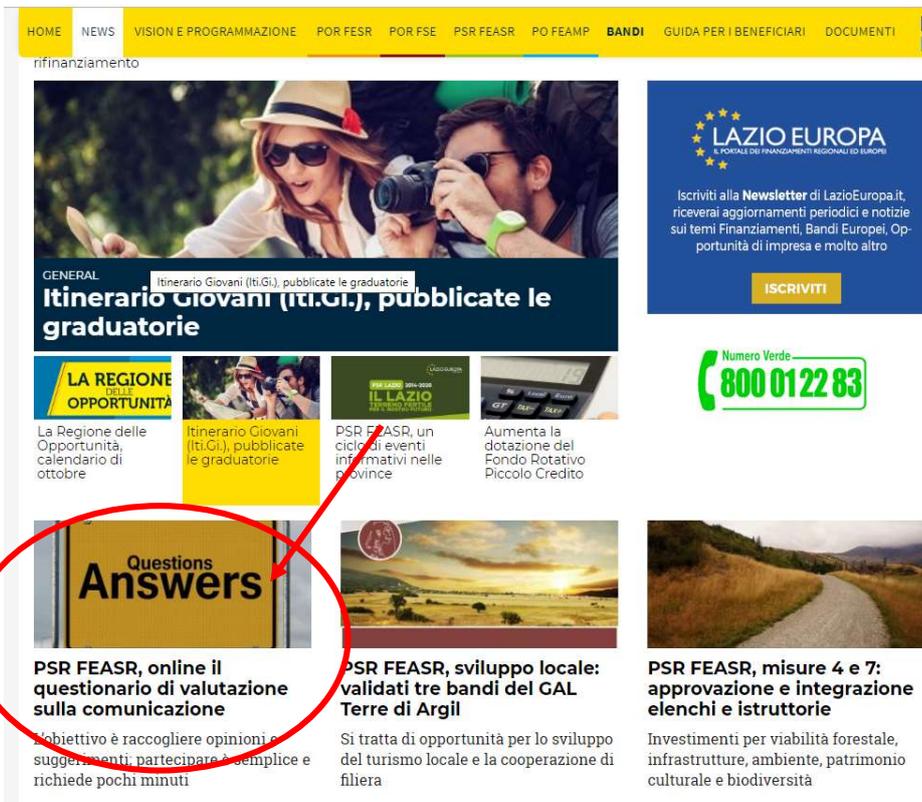
9) I temi trattati hanno permesso di chiarire il ruolo dell'Unione Europea nel cofinanziamento del PSR Lazio?

- | | |
|------------|--------------------------|
| Sì | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |
| Abbastanza | <input type="checkbox"/> |

Desidera formulare altri commenti o osservazioni in vista di successive iniziative?

Grazie per la collaborazione!

ALLEGATO 2 - INDAGINE DI CITIZEN SATISFACTION SUGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE



HOME NEWS VISION E PROGRAMMAZIONE POR FESR POR FSE PSR FEASR PO FEAMP BANDI DOCUMENTI	 
--	--

PSR deve contribuire per favorire una crescita economica nell'Unione europea intelligente, sostenibile e inclusiva e fondata sul raggiungimento di cinque traguardi di miglioramento in tema di: occupazione, istruzione, riduzione della povertà, lotta ai cambiamenti climatici ed energia.

Per il periodo 2014-2020 sono stati quindi stabiliti tre obiettivi strategici:

- il miglioramento della competitività dell'agricoltura;
- la gestione sostenibile delle risorse naturali e l'azione per il clima;
- uno sviluppo territoriale equilibrato per le zone rurali.

Per lo sviluppo rurale questi tre obiettivi sono stati tradotti in sei priorità:

1. promuovere il trasferimento di conoscenze nel settore agricolo e forestale e nelle zone rurali;
2. potenziare la competitività dell'agricoltura in tutte le sue forme e la redditività delle aziende agricole;
3. incentivare l'organizzazione della filiera agroalimentare e la gestione dei rischi nel settore agricolo;
4. preservare, ripristinare e valorizzare gli ecosistemi dipendenti dall'agricoltura e dalla silvicoltura;
5. incoraggiare l'uso efficiente delle risorse e il passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio e resiliente al clima nel settore agroalimentare e forestale;
6. promuovere l'inclusione sociale, la riduzione della povertà e lo sviluppo economico nelle zone rurali.

Per garantire maggiori possibilità di integrazione, nel 2014-2020 tutti i Fondi strutturali e di investimento europei (Fondi ESI), compreso il Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR), concentrano il loro sostegno sul raggiungimento degli obiettivi principali della strategia Europa 2020 e sono coordinati nell'ambito di un Quadro strategico comune (QSC) e, a livello nazionale, dall'Accordo di partenariato.

Quest'ultimo documento rappresenta il quadro di riferimento nazionale che tutti i PSR regionali devono rispettare per garantire la coerenza della propria specifica programmazione ed il coordinamento e l'integrazione con le azioni di tutti i Fondi ESI.

Il 17 novembre 2015 la Commissione Europea ha approvato il PSR Lazio 2014-2020.

[Di seguito tutti i documenti relativi al Programma.](#)

[Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020](#)
[Contributo annuo del FEASR \(tabella\)](#)

Normativa
GAL - GRUPPI DI AZIONE LOCALE
PSL - PIANO DI SVILUPPO LOCALE
Come eravamo
Cooperazione
G.O. - GRUPPI OPERATIVI
P.E.I. - PARTENARIATO EUROPEO PER L'INNOVAZIONE
Catalogo delle innovazioni
Procedure attuative
Struttura di gestione
Comitato di sorveglianza
Relazioni di attuazione
Area riservata
Valutazione
Report e pubblicazioni
Questionario di valutazione della comunicazione
Autorità di gestione
Bandi e graduatorie
Cronoprogramma bandi
Attuazione del Piano
Elenco Operazioni e Beneficiari
Esempi di Operazioni
Stato di avanzamento
Manuale d'identità visiva



Valutazione del PSR Lazio 2014-2020

Indagine di customer satisfaction sugli strumenti di comunicazione

Il questionario è aperto a tutti i cittadini interessati ad esprimere il proprio parere sugli strumenti di comunicazione utilizzati nell'ambito del PSR Lazio 2014-2020.

La compilazione del questionario richiede solo pochi minuti e le risposte fornite consentiranno di raccogliere elementi utili per migliorare la qualità delle attività di informazione e comunicazione relative al PSR Lazio.

Tutte le informazioni raccolte saranno utilizzate nel rispetto della normativa vigente sulla privacy, in forma anonima ed esclusivamente a fini statistici.

1. Et :

- Tra 18-40 anni
- Tra 41-60 anni
- Oltre 60 anni

2. Sesso:

- M
- F

3. Risponde come:

- Privato cittadino
- Impresa agricola o agroalimentare, impresa forestale
- Ente pubblico
- GAL/Gruppo operativo (misura 16)
- Organizzazione di categoria, CAA
- Università, società di consulenza
- Stampa
- Altro (max 30 caratteri)

4. Profilo:

- Sono beneficiario del PSR Lazio 2014-2020
- Ho presentato domanda di sostegno e sono in attesa della graduatoria
- Non sono ancora beneficiario del PSR, ma sono interessato a presentare domanda di sostegno
- Non sono beneficiario del PSR Lazio

5. Provincia di residenza:

6. Attraverso quali canali ha sentito parlare del PSR Lazio? (è possibile dare più risposte)

- Stampa (quotidiani, riviste, etc.)
- Televisione/Radio
- Associazioni specializzate nel settore agricolo/Centri di assistenza agricola (CAA)/Organizzazioni di categoria/Consulenti
- Portale Lazio Europa – Sito PSR Lazio 2014-2020
- Altri siti internet / Social networks
- Eventi informativi / seminari / convegni
- Newsletter Lazio Innova
- Materiale promozionale (dépliant informativi, newsletter, ecc.)
- Passaparola
- Altro (max 30 caratteri)

7. Come valuta l'utilità dei seguenti strumenti per reperire informazioni sul PSR Lazio?

	inutile	utile	molto utile	non saprei
Bollettino Ufficiale Regione Lazio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Portale Lazio Europa – Sito PSR Lazio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Newsletter Lazio Innova	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Altri siti internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social networks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Materiale promozionale (dépliant informativi, ecc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sessioni informative sui bandi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Numero verde Regione Lazio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Altro (max 30 caratteri)

8. Quali sono i canali di comunicazione sul PSR Lazio che utilizza con maggior frequenza? (è possibile dare più risposte)

- Sito del PSR Lazio 2014-2020 sul portale Lazio Europa
- Newsletter Lazio Innova
- Numero verde Regione Lazio
- Pagina Facebook Regione Lazio
- Twitter Regione Lazio

9. Con quale frequenza consulta il sito del PSR Lazio 2014-2020 sul portale Lazio Europa?

- Più volte a settimana
- Almeno una volta a settimana
- Una o due volte al mese
- Meno di una volta al mese
- Mai

10. Quali sono le sezioni del sito del PSR Lazio 2014-2020 che consulta con maggior frequenza? (è possibile dare più risposte)

- Il programma - PSR 2014-2020
- Le Misure
- Bandi e graduatorie
- Glossario
- Sistema informativo
- Approccio Leader
- Cooperazione
- Procedure attuative
- Valutazione
- Autorità di gestione
- Bandi e graduatorie
- Cronoprogramma bandi
- Attuazione del Piano
- Manuale d'identità visiva
- Comunicazione e informazione
- Guide
- FAQ
- Altro (max 30 caratteri)

11. Le informazioni presenti sul sito del PSR Lazio 2014-2020 sono:

	Sono d'accordo	Sono parzialmente d'accordo	Non sono d'accordo	Non saprei
Publicate in maniera tempestiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilmente comprensibili	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accurate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esaustive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I documenti da scaricare sono adeguati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Il sito del PSR Lazio:

	Sono d'accordo	Sono parzialmente d'accordo	Non sono d'accordo	Non saprei
È ben strutturato e facile da navigare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consente di trovare facilmente i contenuti cercati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contiene link utili e aggiornati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Le informazioni presenti sul sito del PSR Lazio mi hanno consentito di partecipare con maggiore facilità al/ai bando/i:

- Sono d'accordo
- Sono parzialmente d'accordo
- Non sono d'accordo
- Non saprei

14. L'efficacia della comunicazione messa in atto dalla Regione Lazio sulle opportunità offerte dal PSR è:

- Buona dato che ho potuto attingere informazioni da diverse fonti
- Sufficiente dato che l'informazione è fornita tramite canali di comunicazione con cui vengo frequentemente a contatto
- Insufficiente dato che le informazioni mi sono arrivate in via del tutto casuale
- Non saprei

15. Le è chiaro che il PSR Lazio è co-finanziato dall'Unione Europea con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo delle aree rurali del Lazio?

- Sì
- No

16. Lo sa che il Fondo dell'Unione Europea che finanzia la politica di sviluppo rurale è il FEASR – Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale?

- Sì, so di cosa si tratta
- Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta
- No, non lo sapevo

17. Grazie agli strumenti di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020 il mio livello di conoscenza della politica comunitaria di sviluppo rurale attuata nella Regione Lazio è aumentato:

- Sono d'accordo
- Sono parzialmente d'accordo
- Non sono d'accordo
- Non saprei

18. Lo sviluppo di ulteriori strumenti dedicati specificamente al PSR Lazio 2014-2020 (quali social networks, blog, newsletter, ecc.) servirebbe a migliorare la conoscenza del Programma da parte del pubblico e da parte dei beneficiari effettivi e di quelli potenziali del Programma:

- Sono d'accordo
- Sono parzialmente d'accordo
- Non sono d'accordo
- Non saprei

19. Ha qualche commento o suggerimento riguardo agli strumenti di comunicazione e informazione utilizzati per il PSR Lazio 2014-2020? Può utilizzare lo spazio sottostante per lasciare i suoi commenti.

ALLEGATO 3 – QUESTIONARIO SOMMINISTRATO AI PARTECIPANTI AI CORSI DI FORMAZIONE DELLA MISURA 1.1

VALUTAZIONE INDIPENDENTE DEL PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020 DEL LAZIO

Per quali ragioni ha deciso di partecipare al corso di formazione? Indichi al massimo due motivazioni	
Partecipo al corso perché voglio crescere professionalmente	<input type="checkbox"/>
Partecipo al corso per entrare in contatto con altri operatori e addetti del settore	<input type="checkbox"/>
Partecipo al corso a supporto di variazioni e miglioramenti progettati per la mia azienda	<input type="checkbox"/>
Partecipo al corso perché penso che comunque la formazione faccia sempre bene	<input type="checkbox"/>
Partecipo al corso perché la mia azienda deve risolvere un problema specifico (es. adempimenti) per il quale non ha al proprio interno strumenti di conoscenza adeguati	<input type="checkbox"/>
Partecipo al corso perché me lo hanno proposto e mi sembrava interessante	<input type="checkbox"/>
Partecipo al corso per usufruire di altri benefici	<input type="checkbox"/>

Il corso è rispondente alle sue aspettative iniziali?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
In caso di risposta negativa, motivare brevemente:		

Ritiene adeguata la durata del corso?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eccessivamente breve ▪ Breve ▪ Lunga ▪ Eccessivamente lunga 	

Esprima il suo giudizio sui seguenti aspetti del corso di formazione che sta frequentando:	
Risposta su scala lineare da 1 (molto poco) a 5 (molto)	
La scelta dei contenuti è coerente con gli obiettivi dichiarati del corso	
Le mie conoscenze sono aumentate/aumenteranno grazie alla partecipazione al corso	
C'è stata interazione con gli altri partecipanti al corso	
La preparazione dei docenti è adeguata	

Quanto sono stati approfonditi i seguenti argomenti durante le lezioni?	
Esprima il suo giudizio su scala lineare da 1 (molto poco) a 5 (molto)	
1. Adattamento competitivo ai cambiamenti climatici	
2. Tecniche di trattamento acque reflue e effluenti zootecnici	
3. Tecnologie innovative per l'ottimizzazione gestionale degli allevamenti	
4. Promozione della filiera corta	
5. Tecniche di tracciabilità, certificazione ed etichettatura delle produzioni agricole	
6. Metodi e processi di agricoltura sociale	
7. Produzione dietetiche e salutiste BIO	
8. Supporto alla produzione di IV e V gamma	
9. Supporto all'innovazione di processo e di prodotto	

Fra gli argomenti sopra citati, quali avrebbe voluto approfondire maggiormente?
Indicare il numero dell'argomento/degli argomenti _____

Quali fra questi altri argomenti ritiene che le possano essere utili e vorrebbe approfondire in futuro?	
Tecniche di diversificazione produttiva	<input type="checkbox"/>
Promozione dell'utilizzo delle ICT nelle aree rurali (banda larga/ultra larga)	<input type="checkbox"/>
Supporto alla introduzione di genotipi innovativi in agricoltura	<input type="checkbox"/>
Tecniche di Promozione e marketing dei prodotti agricoli	<input type="checkbox"/>
Tecniche di benchmarking aziendale	<input type="checkbox"/>
Innovazioni a supporto delle produzioni vegetali e zootecniche	<input type="checkbox"/>
Pratiche sanitarie per l'ottimizzazione gestionale degli allevamenti	<input type="checkbox"/>
Logistica dei prodotti legnosi	<input type="checkbox"/>
Certificazione ambientale	<input type="checkbox"/>
Tecnologie innovative per l'ottimizzazione gestionale degli allevamenti	<input type="checkbox"/>

Quali fra questi altri argomenti ritiene che le possano essere utili e vorrebbe approfondire in futuro?	
Nuove varietà e genotipi orientate alle produzioni di qualità	<input type="checkbox"/>
Promozione e valorizzazione dell'agro- biodiversità	<input type="checkbox"/>
Supporto all'innovazione organizzativa e di qualità nelle filiere	<input type="checkbox"/>
Metodi e tecniche a basso impatto per il controllo delle avversità	<input type="checkbox"/>
Pratiche pre e post raccolta per la sicurezza delle produzioni in filiera	<input type="checkbox"/>
Promozione della internazionalizzazione	<input type="checkbox"/>
Tecniche di prevenzione dell'erosione	<input type="checkbox"/>
Metodologie e tecniche innovative di imballaggio e gestione del prodotto agricolo	<input type="checkbox"/>
Miglioramento della capacità imprenditoriale	<input type="checkbox"/>
Tecnologie innovative per l'irrigazione ed il risparmio idrico	<input type="checkbox"/>
Strategie di finanza Aziendale	<input type="checkbox"/>
Tecniche di riduzione degli input energetici in agricoltura	<input type="checkbox"/>
Difesa avversità naturali e dagli eventi catastrofici	<input type="checkbox"/>
Promozione della capacità imprenditoriale, multifunzionalità e diversificazione	<input type="checkbox"/>
Telerilevamento applicato all'agricoltura	<input type="checkbox"/>
Tecniche di salvaguardia patrimonio forestale	<input type="checkbox"/>
Promozione e difesa del paesaggio rurale	<input type="checkbox"/>
Nuovi strumenti finanziari-assicurativi per la difesa del reddito	<input type="checkbox"/>
Robotica e meccanizzazione integrale	<input type="checkbox"/>
Sviluppo ed introduzione di nuove tipologie di prodotti e nuove produzioni	<input type="checkbox"/>
Valorizzazione scarti e sottoprodotti a fini agronomici alimentari ed energetici	<input type="checkbox"/>
Benessere animale	<input type="checkbox"/>

Per quali ragioni ha deciso di operare nel settore agricolo? Indicare la motivazione prevalente	
Interesse professionale/stile di vita	<input type="checkbox"/>
Conseguire un livello di reddito più elevato	<input type="checkbox"/>
Manca di alternative occupazionali	<input type="checkbox"/>
Proseguire l'attività familiare	<input type="checkbox"/>
Altro (specificare)	

Ha presentato domanda per delle misure del PSR 2014-2020?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Se sì, quale:		
Sottomisura _____ Intervento _____		

Intende presentare domanda per delle misure del PSR 2014-2020?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Se sì, quale:		
Sottomisura _____ Intervento _____		

Per quale motivo non ha presentato domanda di sostegno sulla misura 6.1 del PSR 2014-2020, per il premio di primo insediamento dei giovani agricoltori?	
Non sussistevano le condizioni soggettive o oggettive (es. azienda nella quale insediarsi, capacità di finanziamento ..)	<input type="checkbox"/>
Ho comunque beneficiato del premio primo insediamento nel precedente periodo di programmazione 2007-2013	<input type="checkbox"/>
Complessità delle modalità per l'aggiornamento del fascicolo aziendale e la presentazione della domanda	<input type="checkbox"/>
Elevati tempi di attesa per la concessione del sostegno o per l'erogazione del contributo	<input type="checkbox"/>
Complessità e difficoltà nella redazione del piano aziendale per lo sviluppo dell'impresa	<input type="checkbox"/>
Carenza di comunicazione da parte della Pubblica amministrazione	<input type="checkbox"/>
Non sussistevano le condizioni	<input type="checkbox"/>

Sa cosa è il FEASR?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Sa cosa sono i PEI – Partenariati Europei per l'Innovazione per l'agricoltura?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

Conosce gli strumenti di comunicazione istituzionale attivata dalla Regione Lazio sul PSR 2014-2020?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
--	-----------------------------	-----------------------------

Come si informa sulle novità della Politica Agricola Comune e sulle attività del PSR?		
Siti istituzionali del Ministero e della Commissione Europea	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Social media	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Stampa specializzata	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Sito internet Lazio Europa	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Stampa generalista	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Organizzazioni professionali e operatori del settore	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

Che giudizio dà dell'efficacia della comunicazione messa in atto dalla Regione Lazio sulle opportunità offerte dal PSR?	
insufficiente dato che le informazioni mi sono arrivate in via del tutto casuale	<input type="checkbox"/>
Sufficiente dato che i messaggi sono stati inoltrati presso canali informativi con cui vengo frequentemente in contatto	<input type="checkbox"/>
Ottima dato che diverse sono state le fonti da cui ho potuto attingere informazioni	<input type="checkbox"/>

Quali sviluppi futuri ha in programma per la sua azienda? Le informazioni e nozioni apprese grazie alla partecipazione a questo corso di formazione, le sono utili in tal senso?		
	Quello che vorrei fare	Il contributo del corso
Parteciperò a reti, gruppi operativi, progetti di filiera organizzata	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo introdurre delle innovazioni di processo/prodotto sperimentate nella mia area	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Manterrò le attuali dimensioni e l'attuale ordinamento produttivo	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Incrementerò la dimensione e la produzione attuale	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo modificare l'indirizzo produttivo dell'azienda	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
La produzione verrà orientata verso sistemi di qualità	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo introdurre metodi di gestione informatizzata delle attività aziendali	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Avvierò in azienda attività complementari quali l'agriturismo, la fattoria didattica ..	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo adottare sistemi di agricoltura biologica, o integrata	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo adottare tecniche di agricoltura conservativa	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Migliorerò l'igiene degli allevamenti e il benessere degli animali	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Vorrei introdurre delle colture meno esigenti in termini di consumo idrico	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo investire in un sistema d'irrigazione efficiente per il risparmio idrico	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo razionalizzare l'uso dei concimi azotati	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo ridurre le emissioni di gas a effetto serra	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo adottare pratiche agricole per la riduzione dell'erosione dei suoli e l'incremento di sostanza organica	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo ottimizzare la gestione e alimentazione degli allevamenti	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo adottare metodi e pratiche per il risparmio energetico	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Intendo adottare metodi di produzione di energia da fonti rinnovabili	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Altro (specificare)		

ALLEGATO 4 – DATI DI MONITORAGGIO DISPONIBILI

La Strategia di Comunicazione Unitaria dei Fondi SIE e la Strategia di Comunicazione del PSR Lazio 2014-2020 stabiliscono le attività di comunicazione e informazione che vengono sottoposte a monitoraggio.

La tabella sottostante riporta gli indicatori di monitoraggio identificati nella Strategia, sia unitaria che quella specifica del PSR. In rosso sono indicati i dati la cui raccolta è prevista ma che per i quali il sistema di monitoraggio attualmente non restituisce l'informazione.

Inoltre, in collaborazione con l'AdG, abbiamo identificato ulteriori indicatori (e/o sub indicatori) che dovrebbero essere disponibili (in BLU nella tabella) in particolare per quanto riguarda il Portale Lazio Europa: attraverso l'utilizzo di un sistema di *social analytics* per l'analisi dei dati web, alcuni dati ed informazioni di maggior dettaglio potrebbero essere facilmente reperiti e organizzati.

Strumento	Indicatori di monitoraggio	Disponibilità SI/NO
Numero verde	N° di chiamate totali per anno	no
	N° di chiamate relative ad argomenti collegati al FEASR – PSR per anno	no
Portale	N° di accessi unici totale per anno 2016-2019	si 2019 solo primi 9 mesi
www.lazioeuropa.it	N° di accessi unici totale per anno 2016-2019 riferiti al FEASR, di cui da desktop, da cellulare, da tablet	si 2019 solo primi 9 mesi distinzione per dispositivo (desktop, da cellulare, da tablet) non disponibile
	N° di pagine visitate totale per anno 2016-2019 di cui da desktop, da cellulare, da tablet	si 2019 solo primi 9 mesi distinzione per dispositivo (desktop, da cellulare, da tablet) non disponibile
	N° di pagine FEASR visitate totale per anno 2016-2019 di cui da desktop, da cellulare, da tablet	si 2019 solo primi 9 mesi distinzione per dispositivo (desktop, da cellulare, da tablet) non disponibile
	N° di pagine pubblicate/anno relative al FEASR	non disponibile per anno
	N° di accessi all'area riservata FEASR	no
	N° di documenti scambiati nell'area riservata FEASR	no
	Frequenza aggiornamento dei contenuti: n° di aggiornamenti/anno	no
	Tipologia visitatori: nuovi per anno, che tornano per anno, sesso e età	no
	Tempo medio di navigazione	si
	Fonte di accesso principale al sito: es. tramite ricerca organica, canale diretto, visite da referral (siti con link banner)	no
Richieste di contatto tramite la sezione "contattaci" dell'area FEASR: n° e tipo di richiesta	no	
Social network	Facebook:	no
	N° di post relativi al FEASR/PSR per anno	
	N° di visualizzazioni per post	
	N° di "like" di post	
	N° di condivisioni dell'informazione per post	

	<p>Twitter:</p> <p>N° di tweet totali e relativi al FEASR/PSR per anno</p> <p>N° di visualizzazioni per tweet</p> <p>N° di follower per anno per sesso, per età</p>	
Newsletter telematica Lazio Innova	N° di uscite totali	si
	N° di iscritti della newsletter e evoluzione	si
	Articoli/news riferiti al FEASR/PSR e copia articoli	no
	N° di richiedenti iscrizione alla mailing per anno	no
	Questionario elettronico di valutazione del prodotto: risultanze	no
Campagne di informazione e comunicazione (eventi, seminari, materiale informativo)	N° di seminari/convegni relativi direttamente al FEASR o con partecipazione FEASR	no informazione dedotte dalle relazioni annuali al CDS e dalle RAA
	N° partecipanti per seminario/convegno	solo per eventi nelle 5 provincie di sett/ott 2019
	N° invitati per seminario/convegno	solo per alcuni eventi della strategia unitaria
	N° copie stampate pubblicazioni/brochures/cartelloni, cartelline/etc.	solo per materiale della Strategia Unitaria
	Materiali informativi, allestimenti grafici statici e dinamici realizzati	no
	Questionari di valutazione finale dei seminari/convegni: n° di questionari raccolti e relativi dati/info	solo per eventi nelle 5 provincie di sett/ott 2019
	N° di spazi occupati dalla cartellonistica promozionale	no
Canali di divulgazione utilizzati	no informazione dedotte dalle relazioni annuali al CDS e dalle RAA	
Campagna stampa	N° e testate giornalistiche interessate dalle campagne che menzionano il FEASR/PSR	5 articoli nell'ambito della Strategia Unitaria
	N° di redazionali che menzionano il FEASR/PSR	no
	N° di interviste che menzionano il FEASR/PSR	no
	N° di passaggi tv/radiofonici che menzionano il FEASR/PSR	no