



Workshop

Valutare la comunicazione dei PSR: esperienze e prospettive

22 Novembre 2019

Report di Sintesi

**Documento realizzato nell'ambito del Programma
Rete Rurale Nazionale 2014-20
Piano di azione biennale 2019-20
Scheda progetto 4.2 "CREA-PB"**

Autorità di gestione: Ministero delle politiche agricole
alimentari e forestali

Ufficio DISR2 - Dirigente: Paolo Ammassari

Autori:

Valentina Carta (Crea-PB)

Cura del documento:

Simona Cristiano (Crea-PB)

Revisione e impaginazione:

Anna Lapoli, Francesco Ambrosini (Crea-PB)

Sintesi del Workshop

Valutare la comunicazione dei PSR: esperienze e prospettive

CREA PB Roma, 22 Novembre 2019

Il tema della comunicazione nell'ambito delle politiche comunitarie e, in particolar modo, nella Politica Agricola Comune (PAC) ha assunto un ruolo crescente negli ultimi decenni. Tale importanza deriva anche dal maggior peso dato all'obiettivo di conoscenza e *accountability* svolto dalla comunicazione, nell'ottica di dare conto ai cittadini dell'impiego dei fondi pubblici europei, nazionali e locali, e del loro contributo al sostegno ed alla promozione della crescita sociale ed economica degli Stati Membri (SM).

A sottolineare tale rilevanza concorrono anche le prescrizioni regolamentari che forniscono precise indicazioni sulla valutazione dell'efficacia delle misure adottate per informare il pubblico circa i risultati e il valore aggiunto del sostegno dei Fondi strutturali e di investimento (SIE), periodicamente riportata in sede di Comitato di Sorveglianza, di incontro annuale di riesame e nella Relazione Annuale di Attuazione (RAA)

Considerata la trasversalità del tema, che accomuna tutte le politiche pubbliche si è ritenuto fondamentale avviare un confronto aperto tra esperti dei diversi fondi, al fine di beneficiare reciprocamente di esperienze e buone pratiche.

Il workshop organizzato presso la sede CREA di Roma lo scorso 22 Novembre ha avuto, quindi, l'obiettivo di far dialogare le amministrazioni regionali (sia responsabili della comunicazione che della valutazione) insieme ai valutatori delle diverse politiche comunitarie.

L'incontro ha fatto seguito alla predisposizione di uno specifico [documento di orientamento per la valutazione della comunicazione](#), fondato sulla rassegna di esperienze di valutazione della comunicazione relative alla programmazione 2007-2013 appartenenti sia allo sviluppo rurale che agli altri fondi SIE e sull'analisi delle strategie di comunicazione dei PSR 2014-2020. Tale documento ha rappresentato la base della discussione per una più ampia condivisione della domanda valutativa in materia di comunicazione del PSR, nel tentativo di dettagliare maggiormente i quesiti valutativi, i criteri e gli indicatori adeguati a dare evidenza ai suoi risultati.

L'evento ha rappresentato, inoltre, una occasione di ascolto di buone pratiche di monitoraggio e valutazione della comunicazione appartenenti sia all'attuale che al precedente periodo di programmazione 2007-2013. In particolare, sono state presentate le esperienze del PSR Veneto 2014-2020, del PO FESR Friuli Venezia Giulia 2007-2013 e del PO FESR Lombardia 2007-2013. Le tre presentazioni hanno permesso di apprendere elementi mutuabili da altri fondi, ma anche di trarre ispirazione da realtà con una attività di comunicazione strutturata e valutata.

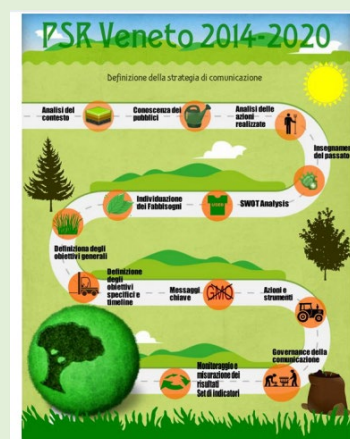
Da ciascuna delle esperienze, infatti è possibile trarre degli insegnamenti e degli elementi di riflessione utili. Nei box di seguito si riportano i principali aspetti chiave per ciascuna relazione.

BOX 1 - Dalla Strategia al monitoraggio per la valutazione del Piano di Comunicazione del PSR Veneto
Walter Signora – Alessandro Tomasutti (Regione Veneto)

L'esperienza della regione Veneto è particolarmente significativa poiché per la costruzione del piano di comunicazione è stato adottato lo stesso percorso utilizzato per la struttura del PSR. Questo non solo ha contribuito ad una migliore strutturazione della strategia e del piano, ma anche ad un monitoraggio e una valutazione più efficaci.

In particolare:

- Definizione di una **analisi di contesto**, **analisi SWOT**, **indicatori di baseline** e **target** con specifico riferimento alla comunicazione;
- Lavoro in costante **sinergia** con l'attività di valutazione svolta e gestita dall'Assessorato Agricoltura e Foreste della Regione Veneto;
- Cronoprogramma mensile delle attività di comunicazione per una migliore gestione e monitoraggio degli output



- Governance multilivello: esigenza di un coordinamento tra i Piani di comunicazione dei diversi livelli di governance (RRN, GAL, GO)
- Internalizzazione di una risorsa con competenze specifiche in materia di comunicazione.

BOX 2 - La valutazione del piano di comunicazione del POR FESR Friuli Venezia Giulia 2007 - 2013

Stefano Di Palma (Ecoter s.r.l.)

Dall'esperienza della valutazione del POR FESR del Friuli Venezia Giulia della precedente programmazione si possono trarre alcune lezioni utili per il miglioramento dell'attività di monitoraggio e valutazione applicabili anche al FEASR:

- Rafforzamento dei dati di monitoraggio (frequentemente affidato a società specifiche). I dati rilevati sono, infatti, spesso deboli da un punto di vista qualitativo e difficilmente possono essere utilizzati dal valutatore;
- Distribuzione temporale dei *deliverables* con quesiti valutativi diversi, inserendoli nel percorso di attuazione del Programma.

BOX 3 - Esperienze di valutazione della comunicazione del POR FESR 2007-2013 Lombardia

Cinzia Lombardo (PTSCLAS)

La valutazione della comunicazione del POR FESR 2007-13 ha rappresentato un percorso di capacity building per i diversi attori coinvolti. In una prima fase, infatti, le domande valutative si sono focalizzate principalmente sul processo, mentre successivamente sono state realizzate delle indagini specifiche sui beneficiari per misurare l'efficacia dei PSR. Da questo percorso si è tratto:

- importanza di definire degli indicatori credibili e misurabili per le attività di comunicazione, con benchmark di riferimento;
- Realizzazione di indagini ex ante ed ex post specifiche per la comunicazione per creare delle baseline;
- Importanza di una pianificazione annuale delle attività, spesso invece lasciato alla discrezionalità delle amministrazioni
- Utilizzo di metodi multicriterio

Quanto emerso è stato di particolare ispirazione per i lavori di gruppo che si sono concentrati su i) la discussione e integrazione dello **schema dei quesiti valutativi** del documento di indirizzo, al fine di fornire maggiori elementi per la definizione della domanda di valutazione e la strutturazione delle valutazioni; ii) l'identificazione degli **attori** da coinvolgere durante l'intero percorso valutativo: dalla definizione della domanda di valutazione, alle attività valutative e fino al follow-up; iii) la definizione dei **tempi** per la restituzione dei risultati in relazione alla loro utilità.

In particolare, i quesiti trattati hanno riguardato:

- la coerenza dell'attuazione delle attività rispetto alla pianificazione prevista nei piani di comunicazione;
- l'adeguatezza, efficacia, capillarità e correttezza della veicolazione del messaggio verso i target group;
- i risultati dell'attività di comunicazione.

L'intera giornata ha fatto emergere importanti spunti di riflessione per l'organizzazione futura delle attività valutative. In primis, la necessità di una adeguata strutturazione di un sistema di monitoraggio che rifletta le esigenze valutative, come anche l'importanza di definire delle baseline di riferimento a livello nazionale e dei

benchmark credibili per poter misurare l'efficacia delle azioni di comunicazione realizzate. Inoltre, l'integrazione multilivello delle attività di comunicazione su scala territoriale (RRN, GAL, GO), consentirebbe una maggiore efficacia e sinergia delle attività realizzate. Tale integrazione potrebbe essere anche efficace se realizzata a livello nazionale, in maniera coordinata, con gli altri fondi SIE.

ALLEGATO

Fig.1 – Risultati del Gruppo di lavoro A

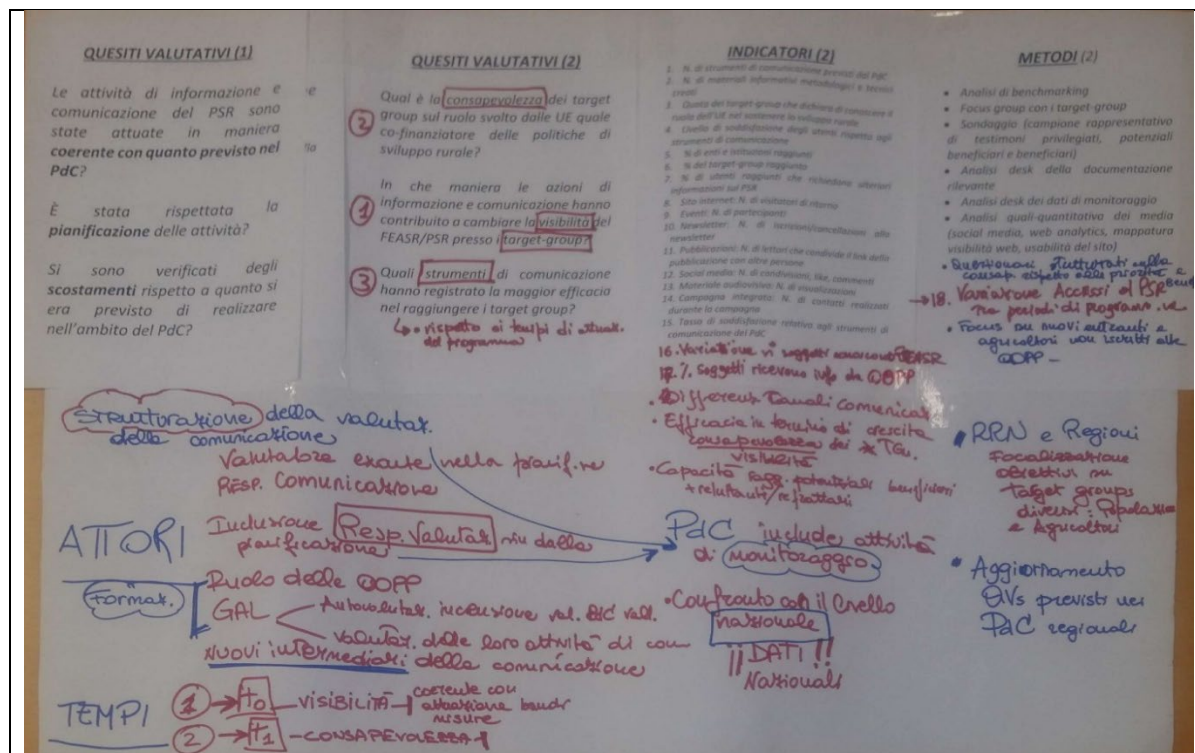
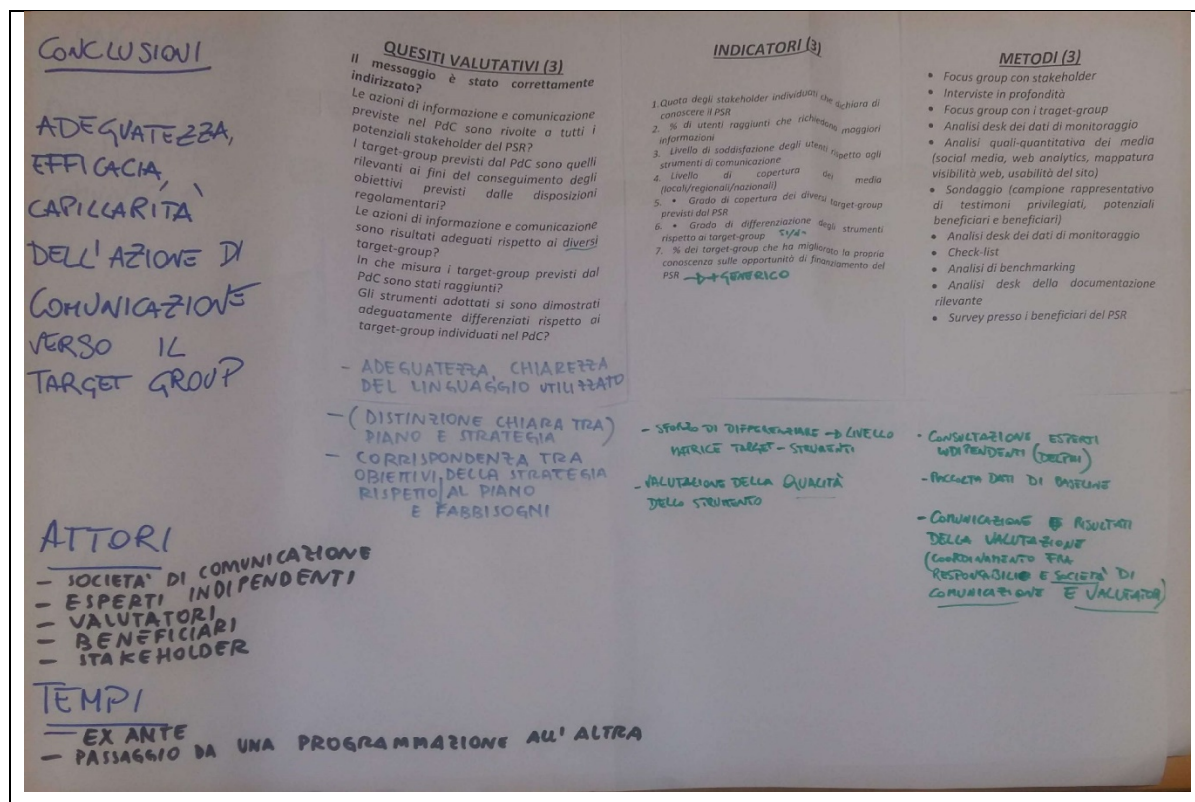


Fig. 2 – Risultati del Gruppo di lavoro B



CONCLUSIONI

RISULTATI DELL'ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

QUESITI VALUTATIVI (4)

In che misura è cambiata la consapevolezza del target-group sul ruolo svolto dalle UE quale co-finanziatore delle politiche di sviluppo rurale?
L'attuazione del Pdc ha contribuito al raggiungimento degli obiettivi previsti dal PSR?

In che misura gli strumenti di comunicazione utilizzati sono risultati efficaci nel fornire informazioni sugli interventi realizzati e sui risultati ottenuti?
Le azioni di informazione e comunicazione hanno favorito la trasparenza nell'utilizzo delle risorse del PSR?

In che misura la strategia di comunicazione del FEASR si integra con quella degli altri FSE a livello regionale?

— INDAGARE SU TARGET SPECIFICI (ES. GIOVANI)

→ PROPOSTA: FARLO IN MANIERA COORDINATA A LIVELLO NAZIONALE

INDICATORI (4)

1. Quota dei target-group che dichiara di aver cambiato il proprio livello di conoscenza sul ruolo dell'UE nel sostenere lo sviluppo rurale
2. N. di utenti raggiunti che richiedono maggiori informazioni
3. Grado di efficacia della comunicazione istituzionale rispetto alle finalità della stessa
4. Giudizio complessivo sulla comunicazione istituzionale
5. Grado di coinvolgimento del partenariato nel programma
6. N. di utenti raggiunti che richiedono maggiori informazioni
7. Quota dei target-group che dichiara di aver cambiato il proprio livello di conoscenza sul ruolo dell'UE nel sostenere lo sviluppo rurale
8. N. di buone pratiche diffuse/trasferite sul totale classificate
9. Risorse spese per le attività di comunicazione
10. Livello di rilevanza e completezza delle informazioni trasmesse
11. Livello di percezione dei vantaggi e dell'utilità del FSE
12. Livello di conoscenza delle risorse UE destinate allo sviluppo regionale
13. Livello di complementarità delle fonti di informazione

— N. BENEFICIARI (DOMANDE)
— N. QUESITI POSTI

METODI (4)

- Survey presso i beneficiari del PSR
- Focus group con i target-group
- Analisi desk dei dati di monitoraggio
- Analisi quali-quantitativa dei media (social media, web analytics, mappatura visibilità web, usabilità del sito)
- Sondaggio (campione rappresentativo di testimoni privilegiati, potenziali beneficiari e beneficiari)
- Focus group con testimoni privilegiati
- Analisi desk della documentazione rilevante

• INDAGARE MD MDC SU TARGET SPECIFICI

ATTORI

BENEFICIARI
STAKEHOLDER

TEMPI

— SUL FINIRE DEI PROGRAMMI /
EX POST