

Report annuale delle attività realizzate 2017 Allegato B

Presentazione risultati per CdS

Versione definitiva del 3 aprile 2018 Data di validazione: 6 aprile 2018



Servizio di sviluppo e attuazione del piano di comunicazione del PSR

Veneto 2014-2020





Report annuale di esecuzione 2017

COMITATO DI SORVEGLIANZA





AVANZAMENTO DELLE ATTIVITÀ 2017 E CONFRONTO TRA PDC-PDA 2017 E RISULTATI RAGGIUNTI





PANORAMICA STATO DI AVANZAMENTO ANNUALITÀ 2017 (CONFRONTO PdA 2017)

Il Piano di Comunicazione pluriennale del PSR Veneto 2014- 2020 (PdC) si contraddistingue per la sua estrema articolazione che è funzionale alla eterogeneità delle tipologie di azioni necessarie alla sua attuazione. Prevede:

- 45 tipologie di output
- 79 tipologie di attività
- 9 aree di attività omogenee dal punto di vista della natura e della funzionalità
- 424 output complessivi da realizzare

Nel corso del 2017 sono stati rilasciati 102, 54 output (tra interi e 4 in fase di completamento con quote periodiche di attività gestionali di natura continuativa nel triennio)



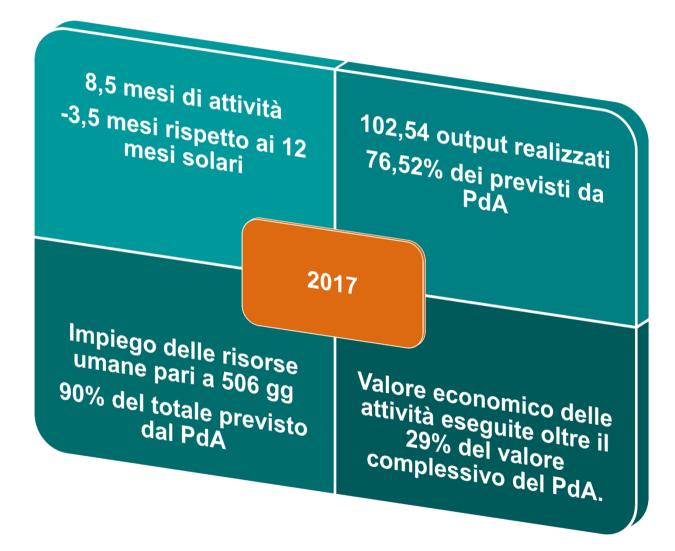
Lo scarto registrato tra quanto previsto in sede di rilascio del PdA 2017 e quanto realizzato nell'annualità dimostra:

- oltre il 75% del numero di output programmato (101 su 134)
- <u>ben 65 dei 101 output rilasciati nel suo corso (ossia oltre il 64%)</u> sono stati realizzati negli ultimi 3 mesi con un'accelerazione operativa evidente
- Impiego di n. 17 risorse umane per un valore pari al 29% del totale previsto





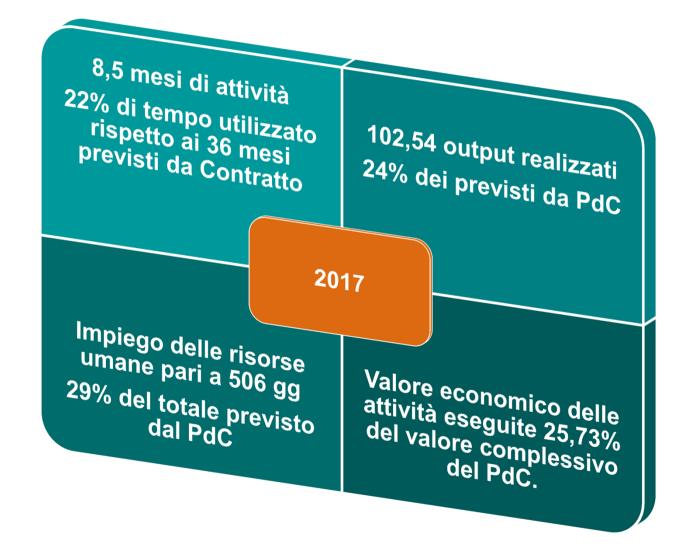
PANORAMICA STATO DI AVANZAMENTO ANNUALITÀ 2017 (CONFRONTO PdC 2017)







PANORAMICA STATO DI AVANZAMENTO ANNUALITÀ 2017 (CONFRONTO PdC 2017)







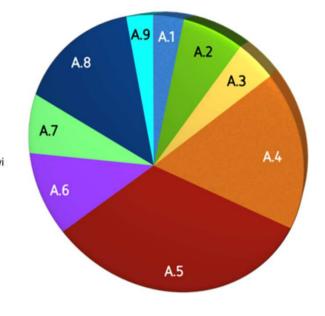
RIPARTIZIONE ECONOMICA ANNUALITÀ 2017 (CONFRONTO PdA 2017)

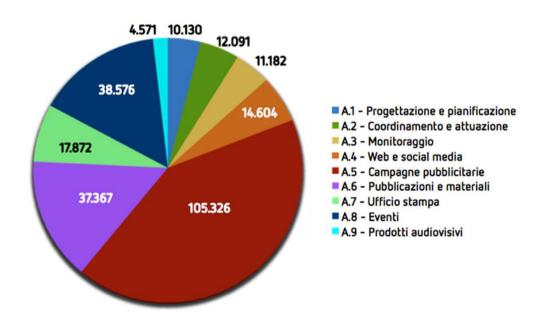
PREVISIONALE PDA 2017

RENDICONTO REA 2017



- A.2 Coordinamento
- A.3 Monitoraggio
- A.4 Strategia digitale
- A.5 Campagne
- A.6 Pubblicazioni
- A.7 Ufficio stampa
- A.8 Eventi
- A.9 Materiali audiovisivi









PUNTI DI FORZA

- Organizzazione gestionale delle attività strutturata con appuntamenti cadenzati e formalizzati
- Reportistica di supporto al coordinamento delle attività
- Sistema di monitoraggio puntuale e capillare e monitoraggio in itinere
- Definizione dell'identità del PSR 2014-2020 e dell'alfabeto comunicativo
- Produzione editoriale innovativa e pensata per i singoli target
- Campagne pubblicitarie coordinate sotto il profilo grafico e comunicativo
- Investimento pubblicitario complessivo concentrato per dare visibilità al lancio delle attività di comunicazione
- Un sito unico come principale riferimento del PSR 2014-2020
- Apertura dei canali social e avvicinamento ai pubblici
- Sistemi di mailing dedicati per target
- Eventi dedicati ai beneficiari puntando sulle aree rurali ad alto coinvolgimento degli operatori
- Evento di lancio dedicato alle famiglie e ai bambini, pensato come sistema modulare e replicabile
- Produzione video di supporto alle attività di comunicazione

PUNTI DI DEBOLEZZA

- Tempistica ristretta rispetto all'annualità 2017 (8,5 mesi su 12)
- Primi due trimestri dedicati alla progettazione degli strumenti
- Allungamento della tempistica e riduzione del rilascio di alcuni output
- Processo di allineamento e approvazione della documentazione e della reportistica di base





CRITICITÀ E SOLUZIONI DALL'ESPERIENZA 2017

- Criticità: gli eventi per necessità temporale sono stati concentrati nell'ultima parte dell'anno, ciò ha determinato un maggiore sforzo organizzativo, ma soprattutto la sollecitazione rivolta ai media sulla stessa tematica per ben due mesi di attività.
- **Soluzioni**: si è deciso di programmare con maggior respiro le attività, con particolare riferimento agli eventi anche per consentire la diffusione di tematiche differenti durante il corso dell'anno al fine di migliorare l'azione dei mezzi di informazione, cassa di risonanza dell'opinione pubblica, e valorizzare le opportunità di conoscenza per target differenziati.
- Criticità: ritardi nelle approvazioni della reportistica, e richiesta di maggiore puntualità e controllo da parte dell'AdG rispetto al rilascio della documentazione, nella convinzione che la realizzazione del piano e il rilascio degli output sia un'attività strettamente correlata alla produzione e gestione della reportistica
- Soluzioni: necessità di una preventiva condivisione con l'AdG della documentazione e degli output in formato bozza al fine di una reciproca verifica. Ciò consentirà per la prossima annualità un controllo anticipato sugli output con l'obiettivo di migliorare le performance degli stessi
- Criticità: è stata sollecitata, in fase di controllo trimestrale, l'esigenza di utilizzare per ogni tipologia di evento un questionario di gradimento
- **Soluzioni**: utilizzo di questionari al fine di raccogliere dati e feedback fondamentali per la valutazione della bontà non solo delle scelte di tipo allestitivo, ma anche di format proposto e capacità di diffusione dei contenuti specifici.





CRITICITÀ E SOLUZIONI DALL'ESPERIENZA 2017

- Criticità: L'area di attività che ha registrato maggiori criticità nell'esecuzione del piano è senza dubbio quella
 relativa all'Ufficio stampa. Nonostante l'attività abbia prodotto risultati positivi in termini di engagement ed
 uscite registrate, la sovrapposizione spesso con la struttura regionale ha determinato una contrazione di
 attività, soprattutto per la produzione e diffusione dei comunicati stampa e di conseguenza la registrazione
 delle uscite prodotte.
- Soluzioni: mettere in campo, accanto alle attività "ordinarie" un impegno particolare per lo svolgimento, sin dai primi mesi del nuovo anno, di una specifica attività di newsmaking volta a "costruire" e veicolare notizie di interesse pubblico legate ai contenuti specifici del Programma. Si tratta quindi di rintracciare tematiche notiziabili e produrre focus da attenzionare alla stampa e ai media di informazione, rispetto ai quali individuare anche spazi di collaborazione con i soggetti del partenariato quali ad esempio i GAL
- Criticità: è stata segnalata una problematica correlata all'evento dedicato ai media da imputarsi non solo alla scelta della sede (Avepa) probabilmente poco fruibile per i giornalisti e poco adatta alla tipologia di evento, ma soprattutto alla data, coincidente con altri eventi di richiamo sul territorio stampa, che ha determinato una bassa presenza di esponenti del mondo dell'informazione.
- **Soluzioni**: è stato stabilito di effettuare uno scouting location mirato, ma soprattutto di verificare anche con la struttura regionale la presenza di eventuali altri eventi stampa coincidenti.
- Criticità: Scelta degli spazi media
- Soluzioni: si segnala l'opportuna verifica dei piani media, non solo in base alla disponibilità di spazi e al
 coinvolgimento dei mezzi stampa regionali e locali, ma soprattutto in base al livello di pubblico che ciascun
 emittente o testata è in grado di garantire, anche utilizzando un set di testate di informazione più ampio,
 capaci di coinvolgere e catturare l'attenzione del target.





CRITICITÀ E SOLUZIONI DALL'ESPERIENZA 2017

- Criticità: Alla fisiologica necessità di raggiungere un'adeguata sintonia tra committente e affidataria è invece imputabile la problematica riscontrata per il primo materiale editoriale rilasciato, la pubblicazione divulgativa contenente la sintesi del Rapporto di Valutazione ex-post del PSR Veneto 2007-2013 distribuita in occasione dell'evento di partenariato del 29 settembre u.s. (area A.6 output d). Le incongruenze rilevate dall'AdG nella proposta finale di pubblicazione da distribuire all'incontro di Partenariato, attinenti la rilevata mancanza di un rapporto più equilibrato tra testo, immagini e grafiche e infografiche, hanno convinto l'Amministrazione a rinunciare alla realizzazione della proposta di pubblicazione rilasciata optando per una stampa della Sintesi della Valutazione ex post, con solo adattamento di copertina e inserimento di una presentazione istituzionale.
- **Soluzioni**: Sono state definite modalità, già nel corso dell'anno per una maggiore collaborazione tra AdG e società di comunicazione al fine di un allineamento sulla produzione dei prodotti editoriali
- Criticità: rispetto agli eventi, le criticità hanno riguardato alcune delle location del ciclo di seminari territoriali dedicati ai beneficiari e in particolare quella dell'Evento annuale rivolto alla cittadinanza.
- Soluzioni: realizzare un'indagine pianificata di location di differenti tipologie sul territorio regionale, da poter utilizzare per la programmazione degli eventi dedicati ai beneficiari, sulla base delle effettive esigenze e situazioni. Decisione che le future edizioni dell'evento di Programma dedicato alla cittadinanza, ove organizzate in collaborazione con altri soggetti (ad esempio Università), saranno effettuate in strutture di loro pertinenza solo se effettivamente adeguate al target ed alla tipologia di attività di animazione prevista e solo se tale caratteristiche siano preventivamente e per tempo verificabili.





AREA A.2 Coordinamento e attuazione del Piano di Comunicazione

Data base delle best practice del PSR (previsto 1/3 non rilasciato)

- <u>Slittamento:</u> concordato con AdG nel primo trimestre del 2018 del previsto rilascio di 1/3 dei 100 casi di successo (nel 2017 sono state avviate tutte le attività propedeutiche per la selezione dei casi (definizione della scheda di rilevazione, metodologia di lavoro condivisa AdG-Pomilio-AVEPA, n. 2 incontri con AVEPA, prima selezione di 44 casi da parte di AVEPA, scrematura di 21 casi)
- <u>Motivazione</u>: coincidenza del completamento dei primi casi estrapolati da AVEPA nell'ultima parte dell'anno, periodo concomitante con numerose attività prioritarie.

Data base immagini (previste 300 immagini rilasciate 200)

- <u>Rimodulazione del rilascio rispetto alla previsione</u>: era stato previsto di rilasciare 300 immagini nel 2017 ne sono state rilasciate 200.
- <u>Motivazione</u> rimodulazione effettuata in corso d'opera tra il numero degli scatti provenienti da banca dati e immagini utili alla realizzazione degli strumenti di comunicazione e scatti prodotti da shooting fotografico collegato ai casi di successo sul territorio

Relazione Annuale Attività e Relazione annuale di monitoraggio (previsti n. 2 non rilasciati)

- Slittamento del rilascio degli output previsti inizialmente nel 2017
- <u>Motivazione:</u> in considerazione del termine dell'ultimo trimestre al 31/12/2017 e sulla base del *Quadro armonizzato delle scadenze operative* (cfr. nota AdG del 27 dicembre 2017) che fissa i termini di consegna di alcuni output non completamente formalizzati dalla documentazione di gara e contrattuale, i due output specifici risultano posticipati nel I trimestre del 2018.





Area A.4 Strategia web e social media

Azioni di posizionamento (previsti n. 3 rilasciati n. 1)

- <u>Rimodulazione del rilascio rispetto alla previsione:</u> è stato rilasciato n. 1 output Analisi SEO rispetto ai 3 previsti, gli altri sono stati rinviati nella seconda annualità
- <u>Motivazione</u>: le attività di progettazione e messa on line del sito web dedicato sono state concentrate nel I e II trimestre, con la conseguente necessità di attendere il tempo necessario alla stabilizzazione del sito rispetto ad attività ulteriori di posizionamento SEM

Campagne di digital marketing (previste n. 2 non rilasciate)

- Rimodulazione del rilascio rispetto alla previsione: le campagne previste sono state rinviate al I trimestre del 2018 e ri-articolate nella seconda annualità
- <u>Motivazione</u> i canali social sono stati attivati nel III trimestre di attività, successivi alla messa on line del sito web; il lavoro di pianificazione social ha richiesto spazio di condivisione e allineamento con la struttura regionale che si occupa delle pagine della Regione Veneto, al fine di evitare sovrapposizioni, chiarire la tipologia di contenuti da diffondere, determinare i rilanci dei post.





Area A.6 Pubblicazione materiali

Set di prodotti a supporto di eventi, incontri, seminari (previsti n. 2 rilasciati n. 3)

- <u>Maggiornazione del rilascio di n. 1 output:</u> è stato rilasciato n. 1 output in più necessario per l'evento della cittadinanza
- <u>Motivazione:</u> è stato necessario prevedere un kit diverso rispetto ai set congressuali previsti per gli eventi





Area A.7 Ufficio stampa e pubbliche relazioni

Comunicati stampa (previsti n. 12 rilasciati n. 8)

- Riduzione del rilascio di n. 4 output
- <u>Motivazione:</u> azioni di supporto ufficio stampa del Piano sono state "assorbite" dalle strutture istituzionali preposte all'attività di media relations dell'Amministrazione regionale (ufficio stampa di Assessorato e Presidenza) il cui ruolo prioritario, tenendo conto dell'importanza degli argomenti trattati, ha necessaria- mente condizionato il pieno dispiego delle attività di quest'Area.

Uscite media (previsti n. 24 rilasciati n. 12)

- Riduzione del rilascio di n. 12 output: è stato rilasciato n. 1 output in più necessario per l'evento della cittadinanza
- <u>Motivazione:</u> le uscite correlate alla produzione di comunicati stampa hanno determinato un eliminazione del conteggio delle stesse in relazione ai comunicati stampa prodotti dall'Amministrazione regionale (Ufficio stampa Assessorato e Presidenza)





Area A.9 Produzione materiali multimediali e audiovisivi

Progetti audiovisivi per la cittadinanza (previsti n. 2 non rilasciati)

- Rimodulazione del rilascio degli output: la produzione dei video è stata rinviata all'annualità 2018
- <u>Motivazione:</u> scelta legata prevalentemente alla inevitabile "concentrazione" di attività complessivamente programmate e realizzate nel periodo interessato

Video relativi ai contenuti del Programma (previsti n. 2 rilasciati n. 1)

- <u>Riduzione del rilascio di n. 12 output:</u> è stato rilasciato n. 1 output in più necessario per l'evento della cittadinanza
- <u>Motivazione</u>: scelta legata prevalentemente alla inevitabile "concentrazione" di attività complessivamente programmate e realizzate nel periodo interessato, e alla necessità di conseguire sul campo contenuti adeguati per eventuali prodotti audiovisivi ad alto impatto narrativo (es. docufilm)





DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ REALIZZATE ED EFFETTIVO RILASCIO DEGLI OUTPUT





AREA 1 – PROGETTAZIONE E PIANIFICAZIONE: N. 3 OUTPUT REALIZZATI

n. 1 Output a) Piano di Comunicazione a valenza pluriennale (PdC)

Documento base di pianificazione strategica del servizio, guida per l'attuazione dell'intera attività la cui declinazione esecutiva è contenuta nei tre piani annuali di attuazione. Soggetto ad aggiornamenti annuali, il primo avvenuto nel corso del primo trimestre del 2018.



n. 2 Output b) Piano Annuale delle azioni di comunicazione (PdA 2017-2018)

Documento attuativo del PdC consente di avere un quadro generale delle attività di programmazione nel corso dell'annualità di riferimento, della loro calendarizzazione e della tipologia specifica di output da rilasciare.







AREA A.2 - COORDINAMENTO E ATTUAZIONE DEL PDC: N. 26,4 OUTPUT REALIZZATI

n. 10 Output a) Incontri a cadenza mensile

Incontri, di norma cadenzati su base mensile con un incontro aggiuntivo al fine di intensificare l'azione di project management nella fase di avvio degli eventi. Propedeutici alla verifica attività, presentazione proposte e relativa discussione sulla base di un ordine del giorno preventivamente concordato.

n. 9 Output b) Report di sintesi incontro mensile (RIC)

Report scritto di condivisione delle decisioni prese negli incontri di coordinamento mensili (prodotto entro 5 giorni): recante indicazione di giorno, luogo e data dell'incontro e descrizione sintetica degli argomenti trattati, calendarizzazione condivisa delle attività programmate ed immediatamente successive. Sono stati rilasciati 9 output avendo unificato il report degli incontri 3 e 4.

n. 3 Output c) Incontri per definire il Report di attività per ciascuna annualità

Incontri finalizzati alla valutazione ragionata e congiunta dello stato di avanzamento del Piano e delle sue eventuali criticità allo scopo di individuarne gli opportuni correttivi e definire gli elementi (informativi, di analisi, quantificativi, ecc.)





AREA A.2 – COORDINAMENTO E ATTUAZIONE DEL PDC: N. 26,4 OUTPUT REALIZZATI

n. 0,4 Output f) Database immagini del PSR (rilascio di 200 delle 500 immagini previste)

Composto da 500 foto selezionate e approvate, da impiegare per le diverse tipologie di attività e prodotti previsti dal Piano di comunicazione. Il data base di compone da immagini acquisite da banche dati professionali (200) e da shooting sul campo (300) in relazione ai casi di successo selezionati. Nel 2017 è stata completata la parte composta da 200 immagini di tipo generale sui temi del PSR da banche dati professionali.

n. 1 Output g) Manuale d'uso dell'immagine coordinata

Manuale d'uso professionale contenente anche le linee guida sugli obblighi di informazione del Programma. Fornisce indicazioni e canoni declinativi dello sviluppo creativo del Piano di comunicazione per tutti coloro che saranno chiamati a contribuirvi a titolo diretto o indiretto (fornitori, partenariato, beneficiari, ecc.). La produzione del Manuale è stata preceduta da un'attività di analisi semantico-valoriale del sistema di comunicazione del PSR Veneto finalizzata a valutare l'efficacia e la coerenza complessiva dell'immagine comunicata del PSR Veneto in relazione alla sua identità istituzionale, in modo da orientare strategicamente interventi correttivi o integrativi della strategia comunicativa attualmente adottata per il periodo di programmazione 2014-2020.

n. 3 Output h) Report trimestrali di esecuzione del servizio (RES)

Condiviso su base trimestrale, rappresenta il bilancio delle attività e contiene il quadro aggiornato e dettagliato di informazioni e dati relativi all'esecuzione del servizio (attività eseguite in corso e pianificate, output prodotti, stato e caratteristiche della spesa, ecc).





AREA A.3 – MONITORAGGIO, RISULTATI E IMPATTI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE: N. 11 OUTPUT REALIZZATI

n. 8 Output a) Set di indicatori di monitoraggio

Sistema di rilevazione dei dati propedeutico all'avvio del processo di monitoraggio e valutazione del Piano di comunicazione del PSR 2014-2020. 8 set specifici di misurazione uno per ciascuna area di attività articolato in indicatori di trasparenza, realizzazione e risultato. I set comprendono anche una "matrice dell'impatto" elaborata allo scopo di verificare lo stato degli indicatori relativi agli effetti generati dal Piano rispetto all'impianto progettuale/strategico (fabbisogni di comunicazione; obiettivi generali e specifici).

n. 3 Output b) Relazioni trimestrali di monitoraggio

Relazioni trimestrali di analisi del monitoraggio per area di attività mediante l'utilizzo del sistema di rilevazione sopra indicato Le relazioni sono state rilasciate tutte nel corso dell'ultimo mese dell'anno in seguito al rilascio definitivo del set di indicatori





AREA A.4 – STRATEGIA WEB E SOCIAL MEDIA: N. 3,92 OUTPUT REALIZZATI

n. 1 Output b) Azioni di posizionamento e ottimizzazione sui motori di ricerca

Per garantire la massima diffusione dei contenuti del nuovo portale web del PSR (vedasi oltre output f) facilitandone la reperibilità da parte degli utenti e l'accessibilità attraverso i principali motori di ri- cerca e valorizzando al contempo tutte le attività di comunicazione del Piano, è stata eseguita Azione mirata di ottimizzazione attraverso SEO analisi preventiva di posizionamento rispetto volta a posizionare opportunamente il sito del Programma sui principali motori di ricerca.

n. 2 Output d) Sistemi di mailing mirato

n.1 sistema dedicato alla gestione della Newsletter mensile del Programma e n. 1 sistema dedicato alle comunicazioni al partenariato di Programma, che include l'integrazione delle mailing list e la configurazione personalizzata su piattaforma MailUp. Seppur non rendicontato come output ulteriore il sistema di mailing mirato ha consentito di inviare diverse tipologie di DEM a supporto del Piano nel corso del 2017 (per complessivi 17.920 messaggi a 5.366 destinatari).





NEWSLETTER

Newsletter N° 10 - Novembre 2017















Informare e interagire: ecco la nuova newsletter del PSR Veneto

Una nuova veste, ma soprattutto nuove funzionalità. La newsletter dedicata al Programma di Sviluppo Rurale si mette al passo con i tempi per continuare a fornire ai suoi oltre 4.000 destinatari un'informazione puntuale sul PSR e sulle politiche europee e nazionali per lo sviluppo rurale.

Dopo otto anni, novantuno uscite e centinaia di notizie veicolate, la newsletter del PSR Veneto si affida ad una nuova piattaforma che consentirà di comprendere meglio gli interessi degli utenti e di attivare nuovi strumenti di interazione grazie all'integrazione con il nuovo sito psrveneto.it, il portale regionale, il sito di Avepa e il portale PIAVe.

L'invito è a continuare a seguirci e a stimolarci con i vostri suggerimenti e le vostre osservazioni. In questo numero spiccano l'anteprima dei bandi di finanziamento che usciranno alla fine dell'anno e il lancio de "I dialoghi del PSR", il ciclo di incontri con gli operatori che attraverserà le aree rurali del Veneto nelle prossime settimane.

Buona lettura.

Giuseppe Pan

Assessore all'Agricoltura, Caccia e Pesca

COMUNICAZIONE AL PARTENARIATO















Numero 01/2018 - Mercoledi 10 gennalo

Spazio per inserire un titolo

spazio per inserire un sottotitolo

Spazio testo per la divulgazione della notizia e contenuto esclusivo a modi lettera









Programma di Sviluppo Rurale del Veneto







AREA A.4 - STRATEGIA WEB E SOCIAL MEDIA - CONTINUA

n. 0,42 Output e) Supporto alla pubblicazione (strumenti web regionali)

A partire dal mese di agosto è stato assicurato un supporto all'aggiornamento e la gestione continuativa dei contenuti dei diversi canali web esistenti e in uso da parte dell'AdG precedentemente l'avvio del Piano (area "Sviluppo rurale" del portale istituzionale regionale, portale PIAVe, ecc.)

Ciò ha garantito la creazione e pubblicazione di contenuti prodotti dall'AdG sia nei canali regionali che in quelli delle strutture istituzionali collegate (es. il bollettino quindicinale Veneto Agricoltura Europa a cura dell'antenna Europe Direct – Veneto Agricoltura, il sito web di Avepa e la newsletter Pianetapsr a cura della Rete Rurale Nazionale). L'output in oggetto è stato dunque rilasciato in modo frazionato per un periodo di 5 mesi su 12.

n. 0,5 Output f) Gestione continuativa contenuti e documenti (strumenti web del Piano)

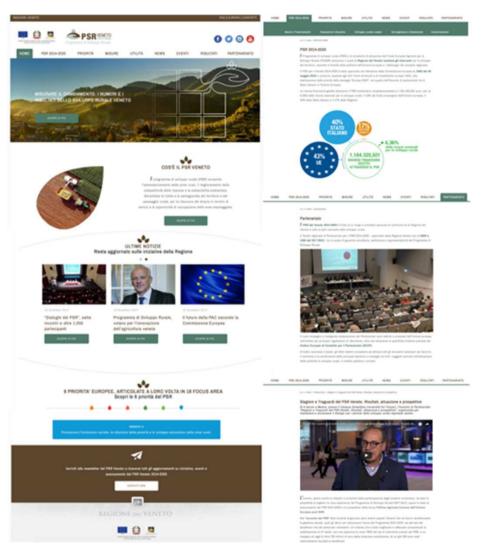
Nel corso della seconda parte dell'anno sono stati rilasciati, implementati e gestiti alcuni nuovi strumenti di comunicazione digitale appositamente dedicati al PSR Veneto:

- <u>il sito web www.psrveneto.it</u> in poco meno di 3 mesi dalla pubblicazione il sito ha contato ben 22.545 visualizzazioni di pagina, 8.409 sessioni, 5677 utenti unici (67% nuovi-32,5% fidelizzati)
- <u>Pagina Facebook</u> in un mese ha contato 160 like, 163 seguo la pagina, 5934 copertura organica, 248 visualizzazioni pagina, 1235 interazioni post, 361 visualizzazioni video, 14782 impression
- Profilo Twitter in un mese ha contato 20 follower, 14.141 visualizzazioni, tasso interazione 1,5%
- Profilo Instagram in un mese ha contato 22 follower, 118 like di interazione
- Canale YouTube in 3 mesi ha contato 71 video caricati, 1416 visualizzazioni video

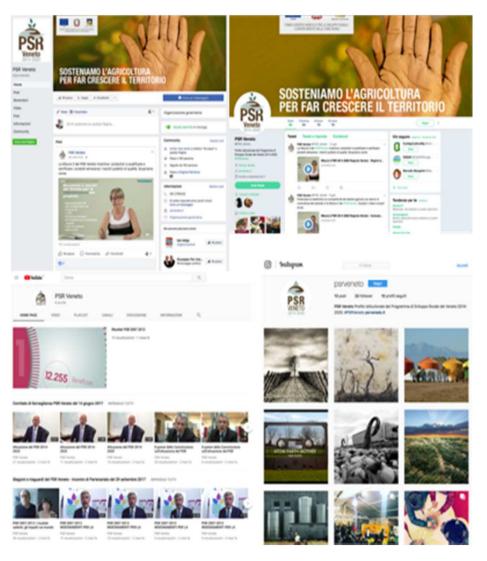
La gestione coordinata e continuativa dei suddetti strumenti ha comportato l'ideazione, la creazione e la pubblicazione di contenuti di comunicazione ad hoc (sia testuali che multimediali), la pubblicazione di contenuti (testuali, documentali e multimediali) prodotti dall'AdG edalle strutture istituzionali collegate o da soggetti terzi nel rispetto di un piano editoriale appositamente condiviso.



SITO WEB



CANALI SOCIAL







AREA A.5 – CAMPAGNE PUBBLICITARIE: N. 5 OUTPUT REALIZZATI

n. 2 Output a) Campagne verso la cittadinanza

Sono state eseguite nel III trimestre due campagne integrate in un'unica pianificazione "di lancio" e d'informazione a supporto dell'evento dedicato alla cittadinanza, finalizzate pertanto a creare risonanza e comunicare il Programma attraverso la sua identità (campagne di immagine, con spazi di tipo tabellare ed un media-mix che ha privilegiato la stampa locale - tradizionale e online - e le emittenti televisive a maggior diffusione regionale).

- Campagna di lancio 6 avvisi su stampa quotidiana radicata sul territorio, 1 settimana di banner-adv sui il sito del Gazzettino; 50 spot video 30" su 4 emittenti televisive a forte diffusione locale
- Campagna di supporto all'evento cittadinanza 6 avvisi su stampa quotidiana radicata sul territorio, 1 settimana di banner-adv sui 6 siti d'informazione locale delle precedenti testate;, 1 speciale TV di durata varia su 4 emittenti televisive a forte diffusione locale (cad.)

n. 2 Output b) Campagne verso i beneficiari

Le 2 campagne eseguite nel III trimestre entrambe di tipo informativo, sono state dedicate a supporto del ciclo di 7 eventi ad essi dedicato, che si è tenuto sul territorio regionale nei mesi di novembre e dicembre

 Campagna a supporto degli eventi - 8 avvisi su stampa quotidiana radicata sul territorio, 1 settimana di banner-adv sui 7 siti d'informazione locale delle precedenti testate, 11 speciali TV di durata varia su 7 emittenti televisive

n. 1 Output c) Campagne a sostegno delle azioni del piano

Una campagna eseguita nel III trimestre: campagna di promozione dei bandi - 1 speciale TV di 5',1 insertaggio sul mensile Terra e Vita di Agrisole (specializzato agricoltura del Sole 24 Ore) attraverso fascicolazione di 2.400 copie di un pieghevole informativo per la distribuzione sul territorio veneto.



ESEMPI DI CAMPAGNE STAMPA





I dialoghi del PSR: partecipa agli incontri nella tua città e scoonila nuove opportunità dello sviluppo rurale.

Side appropriate per conscient se report appropriate o i Marcanisto de Proprimato de com Anse Proprima cominato approba dimensión de conmissione de PST Vincia, proprima de disconsidad e acua property home. Soprino de la se WWW.SEPMINOSIO.







I DIALOGHI DEL PSR

La Birraria Pedavena, viale Vittorio Veneto, 76 - ore 18:00

Perform agreement with two dispercembons in now appelled from a well did. Property did Scopp thanks thousand a carbanton approving material subsidiated adjustment did 15% weeds out and and did now mitted a subsidiated for Scoppings by www.psymentolit.







Continua il nostro impegno per raggiungere i nuovi obiettivi del Programma di Sviluppo Rurale.

Il Programma di Sviluppo Rurale del Veneto sostiene la competitività agricola e agroalimentare, l'innovazione, la tutela del paesaggio e delle foreste, la sostenibilità ambientale e la qualità della vita di tutti i cittadini. Anche la tua.

Per saperne di più visita il sito www.psrveneto.it

hidritha premozenale finanziata del Programma di Sviluppo Rusale 2014-2020. Organismo responsabile dell'informaziona e Autorità di Geotione: Directione Adis FEASR Parchi e Foreste - Regione del Veneto:







ESEMPI DI CAMPAGNE WEB





Inserimento di 2.100 giovani agricoltori



Ammodernamento di 2.200 aziende agricole



Colture a bassa emissioni di CO2 in 76.000 ettari



Banda ultra larga per 390.000 cittadini



Coltivazioni eco-sostenibili in 80.000 ettari

Scopri il PSR domenica 17 dicembre in Piazza Maggiore ad Este (PD)











Sosteniamo l'agricoltura con le nuove risorse del PSR

NOVEMBRE

Sosteniamo l'agricoltura con le nuove risorse del PSR

DICEMBRE

Sosteniamo l'agricoltura con le nuove risorse del PSR

DICEMBRE BASSANO DEL GRAPPA

Sosteniamo l'agricoltura con le nuove risorse del PSR

I dialoghi del PSR: partecipa agli incontri nella tua città

REGISTRATI





AREA A.6 – PUBBLICAZIONI E MATERIALI: N. 9 OUTPUT REALIZZATI

n. 1 Output a) Pubblicazioni rivolte alla cittadinanza

L'output in oggetto, pur essendo considerato unico, è in realtà composto da 2 distinti materiali editoriali: 1 dedicato agli adulti e 1 ai bambini, realizzati e diffusi entrambi in occasione dell'evento annuale dedicato alla cittadinanza, tenutosi il 17 dicembre ad Este. Entrambi i materiali sono stati stampati in 1.000 copie e risultano distribuiti a circa 650 cittadini (valore stimato).

- pubblicazione informativa generica sul Programma, consistente in un pieghevole descrittivo (1.000 pezzi correlato al gadget lattina) del PSR pensato graficamente e sul piano editoriale appositamente per un pubblico generalista;
- supporto specifico alle azioni di intrattenimento e divulgazione per i bambini organizzate nel contesto dell'evento consistente in un album-gioco da colorare pensato specificamente come supporto delle attività ludico-didattiche dei laboratori che hanno animato l'evento

n. 4 Output b) Pubblicazioni/materiali destinati ai beneficiari/potenziali beneficiari

In concomitanza con la realizzazione del ciclo di eventi territoriali sono stati rilasciati materiali illustrativi ed informativi rivolti specificamente al pubblico dei beneficiari attuali e potenziali del PSR Veneto:

- <u>l'agenda del PSR</u>, una pubblicazione informativa e promozionale atta a divulgare l'attuazione delle principali iniziative del Programma previste nel corso del 2018 (e dei relativi obblighi), utilizzabile come promemoria dei propri appuntamenti ma anche dei contenuti e delle scadenze essenziali del PSR (2.000 copie e distribuito durante gli incontri, la conferenza stampa e l'evento dedicato alla cittadinanza)
- <u>il vademecum del Programma</u>, una guida agile e di facile consultazione per costruire un progetto all'interno del PSR, inteso quindi come strumento di accesso alle sue agevolazioni. (2.000 pezzi e distribuito durante gli incontri dedicati ai beneficiari e durante la Fiera dell'Agricoltura di
- locandine informative sugli eventi e le attività connesse utilizzata in occasione degli incontri sul territorio "I Dialoghi del PSR".
- <u>il pieghevole informativo</u> dedicato ai bandi pubblicati a fine dicembre 2017 realizzato in 5.000 copie distribuito tramite fascicolazione (tiratura di 2.400 pezzi) con estampa specializzata e durante l'evento Fieragricola di gennaio 2018.



PUBBLICAZIONI RIVOLTE ALLA CITTADINANZA















FONDO ELPOPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RUBULE: L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RUPALI

PUBBLICAZIONI RIVOLTE AI BENEFICIARI





PER VENETO, OPPORTUNITÀ E PRINCIPÀ













BASSAND DEL GRAPPA (NE













www.parveneto.it













AREA A.6 - PUBBLICAZIONI E MATERIALI - CONTINUA

n. 3 Output c) Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari

Coerentemente con la realizzazione degli eventi previsti nel 2017 è stata realizzata la produzione dei primi set dei relativi materiali di supporto:

- <u>primo kit "base"</u> composto da n. 500 cartelline porta documenti con relativi materiali (programma e questionario di rilevamento della soddisfazione), n. 500 penne e n. 300 gadget (USB card) personalizzati format slide, Save the date, DEM Programma, Guida all'utilizzo del Wi Fii. n. 3 roll up (Incontro di Partenariato del 29 settembre 2017);
- <u>secondo kit "base"</u> composto da ristampa 1.000 cartelline porta documenti e 1.000 penne personalizzate (incontri sul territorio "Dialoghi del PSR" novembre/dicembre 2017), n. 2 roll up, programma, DEM diversificate per tappa, questionario di gradimento;
- gadget "lattina" personalizzata (1.000 pezzi) correlata al depliant informativo (n. 1.000 pezzi descritto tra gli output a) per l'evento dedicato alla cittadinanza (lattine con semi di petunia da coltivare).

n. 1 Output d) Pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo

Nel corso del 2017, è stata realizzata la pubblicazione cartacea a carattere tecnico e divulgativo contenente la sintesi del Rapporto di Valutazione ex-post del PSR Veneto 2007-2013 distribuita in occasione dell'evento di partenariato del 29 settembre u.s.





ALCUNI ESEMPI DEI MATERIALI DEL KIT DI SUPPORTO





INCONTRO DI PARTENARIATO PER LO SVILUPPO RURALE APERTO A OPERATORI E CITTADINI.

Gli insegnamenti del 2007-2013, le novità del PSR 2014-2020 e le previsioni sulla futura PAC ner il nost 2020

ACCESSO RETE WI_FI DEDICATO

Tutti gli ospiti dell'incontro di Partenariato del 29 settembre 2017 "Stagioni e traguardi del PSR Veneto, Risultati, attuazione e prospettive" possono utilizzare una rete Wi-Fi dedicata seguendo queste indicazioni:

- Associare il proprio dispositivo alla rete wifi di Ateneo (il nome della rete inizia per: Unive_WiFi)
- Avviare il browser internet e aprire una pagina su internet qualsiasi, al caricamento della stessa si aprirà la schermata del portale wifi di Ca' Foscari, fra le varie scelte

l'utente dovra' selezionare; il link "Accesso per ospiti convegni (in inglese) qui" e verranno chiesti username e password:

Username: guest0008

Username: guest0008**

Password: dUf9XuFh

 Una volta ottenuto l'accesso, l'utente dovrà ridurre a icona la pagina che indica l'avvenuta connessione e potrà navigare su internet



INCONTRO DI PARTENARIATO PER LO SVILUPPO RURALE APERTO A OPERATORI E CITTADINI.

Gli insegnamenti del 2007-2013, le novità del PSR 2014-2020 e le previsioni sulla futura PAC per il post 2020

Le chiediamo cortesemente di voler rispondere alle seguenti domande:

NDICHI IL SUO LIVELLO DI GRADIMENTO SUL PROGRAMMA DELL'INCONTRO ASSEGNANDO UN VALORE DA 1 A 5
 (doue 1 rappresenta il luello niù basso e 5 quello niù altro rispetto al sepuenti paramenti:

OCATION	12345				
CCESSIBILITÀ DELLA LOCATION	00000				
INZIONALITÀ DELLA SALA E CONFORT	00000				
LESTIMENTO	00000				
RGANIZZAZIONE E SERVIZI OFFERTI					
OCEDURA DI ACCOGLIENZA	00000				
OCEDURA DI ACCREDITO VIA WEB	00000				
MPISTICA E STRUTTURA DELL'INCONTRO	00000				
OFFEE BREAK	00000				
ONTENUTI DELL'EVENTO					
FORMAZIONI OTTENUTE RISPETTO AL TEMA DELL'EVENTO	00000				

COPPLE BREAK						
CONTENUTI DELL'EVENTO						
NFORMAZIONI OTTENUTE RISPETTO AL TEMA DELL'EVENTO	0	0	0	0	0	
CHIAREZZA DEGU INTERVENTI	0	0	0	0	0	
COMPLETEZZA DELLE RELAZIONI	0	0	0	0	0	
QUALITÀ DEGLI INTERVENTI	0	0	0	0	0	
STRUMENTI UTILIZZATI (slide, video etc.)	0	0	0	0	0	























AREA A.7 -UFFICIO STAMPA E PUBBLICHE RELAZIONI: N. 31,22 OUTPUT REALIZZATI

n. 1 Output a) Database contatti giornalistici

Il database dei contatti giornalistici selezionati sulla base delle tematiche di interesse, composto prevalentemente da professionisti operanti sul territorio o specializzati nel trattare gli argomenti connessi allo sviluppo rurale, è stato rilasciato nel corso della prima parte del 2017 (nel trimestre aprile-giugno). L'output è composto da circa 140 nominativi (a ciascun nome individuato sono abbinati i riferimenti di appartenenza a testate e/o specializzazioni tematiche e le relative informazioni di contatto telefonico e mail) ed è soggetto a periodico aggiornamento.

n. 8 Output b) Comunicati stampa

Essenziale all'efficace svolgimento delle attività di ufficio stampa del Programma la diffusione di appositi comunicati facilita la sensibilizzazione dei media sui suoi principali passaggi attuativi, specie in occasione degli eventi e delle iniziative che possono generare un potenziale interesse nella collettività locale.

n. 1 Output c) Eventi dedicati ai media

Primo degli specifici appuntamenti rivolto al mondo dell'informazione per la condivisione dello stato di attuazione del PSR Veneto 2014-2020 previsti dal Piano, si è tenuta a Padova il 15 dicembre u.s., presso la sede centrale di Avepa, una conferenza stampa sul "Programma di sviluppo rurale Veneto tra presente e futuro" alla quale hanno preso parte operatori dei principali media locali cartacei e digitali.

n. 1 Output d) Cartelle stampa

Previste come strumenti di informazione e approfondimento sui temi/argomenti/risultati del Programma destinati ai giornalisti specificamente in occasione di incontri e occasioni di p.r. one-to-one, l'unico output di questo tipo rilasciato nel corso del 2017 si riferisce alla cartella stampa predisposta e distribuita in occasione della conferenza stampa tenutasi a Padova (output c).



AREA A.7 - UFFICIO STAMPA E PUBBLICHE RELAZIONI - CONTINUA

n. 8 Output e) Supporto ufficio stampa eventi PSR

In occasione di ciascun evento di Programma, l'ufficio stampa, svolge un attività di supporto prima, durante e dopo la sua realizzazione che include la redazione e l'invio di inviti stampa, il recall dei giornalisti, la redazione della cartellina stampa, l'accredito e l'accoglienza dei giornalisti partecipanti, l'eventuale gestione delle loro interviste nonché l'invio dei comunicati ex post.

n. 12 Output f) Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali

Sono state registrate 12 uscite su giornali cartacei e telematici dedicate al PSR ed alle sue attività sulle diverse tipologie di media coinvolti, riconducibili ad azioni specifiche della presente Area e di competenza del team di lavoro a tale computo sono state escluse le uscite stampa prodotte da azioni dei canali regionali.

n. 0,22 Output g) Rassegna stampa e web

Il monitoraggio della stampa effettuato continuativamente nel corso del 2017 ha consentito il rilascio del primo output intermedio annuale della rassegna stampa complessiva del Piano, quantificato in modo frazionato in funzione dell'effettivo periodo di attività del presente anno rispetto al totale (8 mesi sui 36 complessivi considerati nell'output in oggetto).





AREA A.8 – EVENTI, INCONTRI E SEMINARI: N. 10 OUTPUT REALIZZATI

n. 1 Output a) Incontro di partenariato

Le attività eseguite per l'unico incontro di questa tipologia tenutosi nel 2017 (a Mestre il 29 settembre) sono state rivolte a garantirne prioritariamente la partecipazione e la qualità dell'organizzazione e dell'esposizione dei suoi contenuti. L'incontro di Partenariato è stato l'occasione per riprendere un dialogo con la rete al fine di avviare una "nuova stagione"; particolarmente significativa sotto il profilo della comunicazione è stata la gestione di una regia audio-video che ha accompagnato l'articolazione degli interventi con tappi regia e soluzioni visuali

n. 1 Output b) Comitato di sorveglianza

Nel corso del 2017 si è tenuta un'unica riunione del CdS, il 14 giugno, in occasione della quale sono stati assicurati i seguenti servizi: logistica e allestimento tecnico, accoglienza e registrazione dei partecipanti, riprese e ristoro, registrazioni audio video e servizio di interpretariato in simultanea.

n. 7 Output c) Incontri sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)

Gli incontri tenutisi nel corso del primo anno di attività del presente Piano sono stati complessivamente 7, uno per territorio provinciale, succedutisi in un arco temporale di 3 settimane compreso tra il 23 novembre ed il 14 dicembre nelle seguenti località: Pedavena (BL), Este (Padova), Castelfranco Veneto (TV), Cerea (Verona), Bassano del Grappa (Vicenza), Lendinara (Rovigo), San Dona' di Piave (Venezia). Per ciascuno dei 7 eventi, che hanno complessivamente registrato oltre 1.000 partecipanti

n. 1 Output d)Evento rivolto alla cittadinanza

L'evento, modulare e replicabile, si è tenuto ad Este, il 17 dicembre, per l'intera giornata presso una tensostruttura situata nella piazza Maggiore della città. Pensato per favorire l'avvicinamento dei più giovani alle differenti realtà e sfumature del mondo rurale, è stato tradotto con l'allestimento di un percorso composto da quattro aree corrispondenti a modalità di comunicazione dello sviluppo rurale: laboratori scientifici per valorizzare l'importanza dell'agricoltura; laboratori creativi per esprimersi attraverso il gioco; il teatro per mettere in scena le diverse caratterizzazioni della sostenibilità, un'area istituzionale dedicata al PSR. All'evento hanno preso parte circa 650 persone.



FOTO INCONTRO PARTENARIATO



FOTO CdS















FOTO INCONTRI TERRITORIO



FOTO EVENTO CITTADINANZA







AREA A.9 – EVENTI, INCONTRI E SEMINARI: N. 3 OUTPUT REALIZZATI

n. 2 Output b) Progetti audiovisivi per beneficiari

Le attività di quest'area del Piano concernono l'ideazione, produzione e diffusione di materiali multi-mediali e audiovisuali di comunicazione del PSR nel rispetto degli standard qualitativi e della flessibilità riproduttiva sui diversi media utilizzati. In questo contesto gli output in oggetto consistono in prodotti rivolti al target dei beneficiari e come tali realizzati con un linguaggio adatto e con contenuti di loro specifico interesse. Due sono gli output di questo tipo rilasciati nel corso dell'anno:

- <u>video sui risultati del PSR 2007/2013</u>, della durata di circa 3', che racconta attraverso le immagini ed i numeri i principali risultati raggiunti nel precedente periodo di programmazione del PSR Veneto;
- <u>video sulla PAC post 2020</u>, della durata di circa 7', che raccoglie 3 interviste ad esperti e legislatori del tema (Paolo De Castro, Philip Busz e Andrea Povellato), che illustrano tematiche e principali linee di indirizzo delle politiche comunitarie di sviluppo rurale post 2020

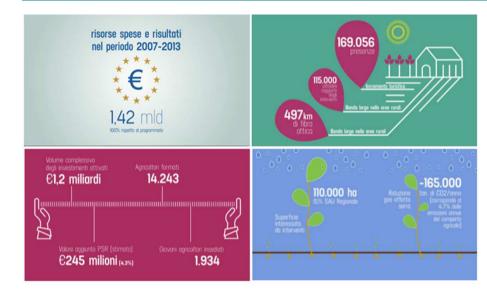
n. 1 Output c) Incontri sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)

In quest'ultima tipologia di materiali multimediali rientrano prodotti video di varie caratteristiche pensati per assolvere a specifiche esigenze di comunicazione audiovisiva che si manifestano nel corso della esecuzione del Piano: spot video per le campagne, "pillole" informative, video emozionali per eventi e manifestazioni, video tutorial e/o di approfondimento, docufilm, ecc.

• spot di 30" dedicato ai canali di comunicazione del PSR, interamente realizzato con tecniche di animazioni grafiche, che illustra i diversi canali disponibili per la diffusione dei contenuti del Programma ai suoi target. Il video, accompagnato da uno speakeraggio esplicativo a supporto dei frame ed un "codino" aggiuntivo di informazione relativa all'evento di cittadinanza di Este del 17 dicembre è stato utilizzato per la campagna pubblicitaria televisiva rivolta alla cittadinanza.



VIDEO PER I BENEFICIARI





VIDEO PER LA CITTADINANZA









