

REPORT ANNUALE DI ESECUZIONE 2019

ALLEGATO B

Schema per la presentazione dei risultati del PdC al CdS



Versione definitiva del 15 aprile 2020

Data di validazione: 21 aprile 2020



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE:
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



ATTIVAZIONE E CONSOLIDAMENTO DELLA CONOSCENZA: UN PERCORSO PER TARGET

CITTADINANZA: FOCUS SU NUOVE GENERAZIONI

- **CONCLUSIONE E PREMIAZIONE DEI CONCORSI AVVIATI NEL 2018**
 - "Agricoltura che avventura" per **bambini e famiglie**
 - "PSR per i giovani" concorso per gli istituti agrari
 - "Bando di mobilità internazionale" per gli studenti universitari
- **AZIONI 2019**
- "Agricoltura che avventura" per **bambini e famiglie**
- "PSR per i giovani" concorso per gli istituti agrari
- Collaborazione continuativa con **l'Università Ca Foscari** attraverso seminari incontri e laboratory – **Digital Game** per avvicinare gli utenti al PSR
- **Campagne digital** volte alla promozione delle iniziative
- **Challenge multimediale** su Instagram : **#diaridellaterra**
- **Indagine preliminare**



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE:
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



ATTIVAZIONE E CONSOLIDAMENTO DELLA CONOSCENZA: UN PERCORSO PER TARGET

BENEFICIARI: CONTINUITÀ E COMUNICAZIONE DI SERVIZIO

- **Press Tour: “Alla scoperta dello sviluppo rurale del Veneto”** rivolto ai giornalisti dei media Nazionali e Regionali
- **“ Docuserie ”: Trailer + 6 Puntate** che hanno raccontato le storie personali e aziendali di coloro che hanno beneficiate delle attività del PSR. Essa è stata promossa oltre che sui canali social e web anche nei cinema della regione.
- Implementazione **“Database Best Practices”**
- **Campagne pubblicitarie e digital** volte alla promozione degli eventi
- **Indagine preliminare**



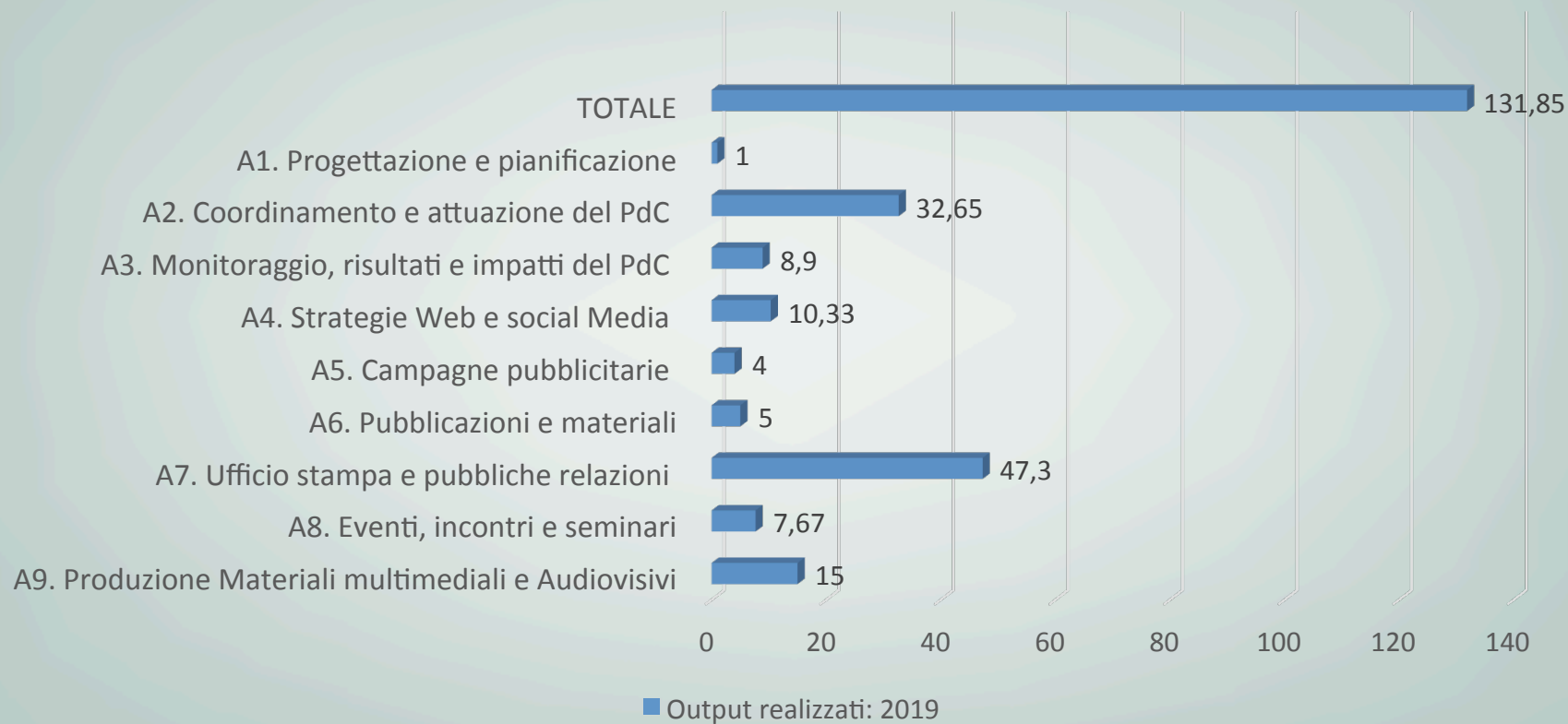
ATTIVAZIONE E CONSOLIDAMENTO DELLA CONOSCENZA: UN PERCORSO PER TARGET

PARTENARIATO: CONOSCENZA E COINVOLGIMENTO

- Implementazione e completamento della sezione **Partenariato** del sito **del PSR Veneto**
- **Mailing mirato “Comunicazione al partenariato”** per l’aggiornamento costante degli stakeholders
- **Conferenza Regionale dell’Agricoltura e dello Sviluppo Rurale** del 7 Giugno 2019 con 250 partecipanti
- **Evento di partenariato «il valore del PSR Veneto risultati ed effetti nella prospettiva della PAC»** 171 Partecipanti (29 Novembre 2019)
- **Indagine Preliminare**
- **Indagine Customer sulla comunicazione al partenariato**

GLI OUTPUT

Output realizzati: 2019





FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE:
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



1 - PROGETTAZIONE E PIANIFICAZIONE

*Realizzazione di un video divulgativo sul **Piano di Comunicazione pluriennale** condiviso sui canali social, sul sito web, nei CdS e in un workshop dedicato ai Gruppi GAL.*

Principali risultati

- ✓ **135** Visualizzazioni Youtube
- ✓ **493** Visualizzazioni su Facebook
- ✓ **259** download PdA 2019



<https://www.youtube.com/watch?v=FJbfuPNlq7g>



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE:
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



2 - COORDINAMENTO E ATTUAZIONE

*Implementazione della sezione dedicata alle Storie di sviluppo rurale,
una vetrina dei 100 casi di successo del PSR Veneto*

Principali risultati

- ✓ **2917** Visualizzazioni della pagina dedicata alle Storie (fine 2019)
- ✓ **1,32** Minuti, durata media di visita
- ✓ **61,02%** Frequenza di rimbalzo (1 utente su 2 visualizza 1 storia)
- ✓ **755** Accessi alla storia più visualizzata



<https://psrveneto.it/sviluppo-rurale/>



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE:
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



3 – MONITORAGGIO – SITO WEB

Indagine specifica sulla funzionalità di Sito Web, Canali Social e strumento mailing «comunicazione al Partenariato»

Principali risultati:

- ✓ 55,10% afferma di apprezzare il Sito
- ✓ 65,8% lo ritiene utile per cercare informazioni
- ✓ 76% lo consiglierebbe a un amico/collega
 - ✓ Chiarezza del linguaggio: 65,30%
 - ✓ Chiarezza dei contenuti: 63,1%
 - ✓ Completezza delle informazioni: 62,1%



Per i dettagli sulle indagini e i risultati ottenuti:

<https://psrveneto.it/psr-2014-2020/comunicazione/>



3 – MONITORAGGIO: CANALI SOCIAL

Indagine specifica sulla funzionalità di Sito Web, Canali Social e strumento mailing «comunicazione al Partenariato»

Principali risultati:

- ✓ 65% li ritiene necessari per comunicare con cittadini e operatori
- ✓ Il livello di conoscenza delle rispettive pagine è:
 - ✓ Facebook: 55%
 - ✓ Youtube: 40%
 - ✓ Twitter: 14%
 - ✓ Instagram: 23%
- ✓ Sono apprezzati principalmente per:
 - ✓ Tempestività: 51%
 - ✓ Chiarezza delle Informazioni: 44%



Per i dettagli sulle indagini e i risultati ottenuti:

<https://psrveneto.it/psr-2014-2020/comunicazione/>



3 – MONITORAGGIO: COMUNICAZIONE AL PARTENARIATO

Indagine specifica sulla funzionalità di Sito Web, Canali Social e strumento mailing «comunicazione al Partenariato»

Principali risultati:

- ✓ **73% Leggono sempre le Comunicazioni**
 - ✓ **34,6 %** apre la comunicazione leggendo la notizia
 - ✓ **34,6%** Apre la comunicazione e legge la notizia dal titolo più interessante
- ✓ **I lettori sono spinti a consultare le comunicazioni per:**
 - ✓ Ricevere aggiornamenti su tematiche specifiche: **30%**
 - ✓ Ottenere informazioni generali sul PSR: **22,5%**
- ✓ **Gli argomenti ritenuti più interessanti sono:**
 - ✓ Criteri di selezione e bandi: **53,8%**
 - ✓ Linee guida delle misure e le modifiche del PSR: **42,3%**
 - ✓ Attività di informazione e promozione del PSR: **38,5%**



Per i dettagli sulle indagini e i risultati ottenuti:

<https://psrveneto.it/psr-2014-2020/comunicazione/>



4 - WEB E SOCIAL MEDIA: MAILING

*Area con strumenti fortemente **integrati** che registra crescenti incrementi annui in termini di risultato*

Principali risultati

- ✓ **Newsletter**: lettori 36,84%, clic 8,28%,
- ✓ **DEM**: lettori unici 45%, clic 17%
- ✓ **Comunicazioni al partenariato**: lettori 44,58%, clic 6,41%
- ✓ **Segnalazione alla Rete 2020**: lettori 67,28%, clic 11,12%



4 - WEB E SOCIAL MEDIA: SITO

*Perno della comunicazione del Programma
Contenitore ricco di **contenuti generali e specifici**, alta navigabilità,
in linea con le più innovative tendenze della comunicazione digital*

Principali risultati

- ✓ **82.956** sessioni con **48.446** utenti unici (58,3% nuovi) nel 2019
- ✓ Copertura pari a **170.148** visualizzazioni di pagina
- ✓ **2,07** pagine/sessione e una durata media di visita pari a **1,53 min.**
- ✓ **66,87%** frequenza di rimbalzo



<https://psrveneto.it/>



4 - WEB E SOCIAL MEDIA: SOCIAL

Presenza articolata sui 4 principali social channels fortemente integrata con il sito web ed una community attiva e coinvolta in costante aumento

Principali risultati

- ✓ **Facebook:** 8.188 like (+112,68% rispetto al 2018) – 8.457 seguono la pagina; 848.903 copertura, 33.321 interazioni post, 683.494 impression
- ✓ **Twitter:** 735 followers (+5,45% rispetto al 2018), 113.511 visualizzazioni, interazione 1,03%
- ✓ **Youtube:** 126 video caricati, 86 iscritti, 14.695 visualizzazioni totali
- ✓ **Instagram:** 369 followers (+258,25% rispetto al 2018), 1851 like di interazione



FB: @psrveneto

TW: @PSR_Veneto

IN: @psrveneto



4 - WEB E SOCIAL MEDIA: CAMPAGNE DIGITAL

Campagne di ampliamento della community FB e Twitter

*Sponsorizzazione su FB concorso "Agricoltura che avventura!"
e della "Docuserie" sui canali web e social.*

*Promozione della Conferenza Regionale dell'Agricoltura e dell'incontro di
partenariato.*

Principali risultati

- ✓ **Agricoltura che avventura!**: 8 Campagne Facebook - 218.697 copertura, 313.311 Impressions
- ✓ **Docuserie "Storie di sviluppo rurale"** : 8 Campagne Facebook - 672.704 copertura, 1.076.306 Impressions
- ✓ **Conferenza Regionale dell'Agricoltura**: 5 Campagne Facebook - 406.074 Copertura, 535.961 Impressions
- ✓ **Incontro di Partenariato**: 2 Campagne distinte - 202.425 copertura, 370.832 Impressions



5 - CAMPAGNE PUBBLICITARIE

Campagne pubblicitarie dedicate ai vari target

Principali risultati

- ✓ **Campagna Conferenza Agricoltura:** 1 uscita stampa sul Gazzettino; 3 speciali TV di 3 minuti; 5 giorni di campagna banner con formato banner box (17 – 21 Giugno 2019)
- ✓ **Campagne dedicate alla cittadinanza:** Promozione della docuserie «Storie di Sviluppo Rurale» nei circuiti cinema UCI e The Space Cinema dal 17 al 30 ottobre con un trailer di 120''; 2 Banner tematici sulle principali testate online di informazione della regione Veneto per la promozione dell'incontro di Partenariato.
- ✓ **Campagne dedicate ai beneficiari:** Campagna Banner per promuovere la Docuserie attraverso i canali online della stampa locale, dal 21 ottobre al 3 Novembre

6 - PUBBLICAZIONI E MATERIALI



Pubblicazioni rivolte ai vari target e materiali di supporto agli eventi:

Principali risultati

- ✓ **Materiali prodotti:**
 - ✓ **1.500** shopper bag con logo PSR
 - ✓ **50** penne USB con logo PSR
 - ✓ **1.000** penne con logo PSR
 - ✓ **500** Borracce in alluminio con logo PSR
 - ✓ **1.000** Cartelline portadocumenti con logo e immagine PSR
- ✓ **Pubblicazioni:**
 - ✓ **1.200** Booklet »Raccolta delle storie di Chicco«
 - ✓ **350** Brochure sui risultati della conferenza dell'agricoltura
 - ✓ **500** Rapporti divulgativi sulla Valutazione intermedia



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE:
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



7 - UFFICIO STAMPA

Servizio attivo in occasione di tutti gli eventi

Principali risultati

- ✓ **8 Comunicati stampa**
- ✓ **2 Cartelle stampa:** 1 a supporto del Press Tour e l'altra a supporto dell'incontro di partenariato (29/11/2019)
- ✓ **7 Giornalisti** partecipanti e **6 Aziende** coinvolte nel Press Tour (dal 23 al 26/09/2019)
- ✓ **28 Uscite** su Testate ed emittenti nazionali e regionali
- ✓ **136 Uscite stampa** presenti nella rassegna

8 - EVENTI



- Conferenza Regionale dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale (07/06/2019)
- 1 Comitato di Sorveglianza della durata di due giorni (11/12 Giugno 2019)
- 2 Eventi di Partenariato
- Incontro di partenariato (29 Novembre 2019)
- 14 Incontri dedicati ai giovani

Principali risultati

- ✓ **Efficacia dell'evento:** indice di gradimento del **4,18** (su scala 1-5)
- ✓ Efficacia della conoscenza **PSR: 83,60%**
- ✓ Efficacia della conoscenza **FEASR: 59,70%**
- ✓ **Livello utilità e interesse: Incontro di Partenariato**
 - ✓ Utilità: **80%**
 - ✓ Interesse: **69%**
- ✓ **Partecipazione complessive giovani:**
 - ✓ **392** Studenti Università Cà Foscari
 - ✓ **250** Studenti Istituto Agrario Stefano Bentegodi di Buttapietra (VR)
 - ✓ **250** Bambini/Famiglie Laboratori fattore didattiche



9 - MATERIALI MULTIMEDIALI E AUDIOVISIVI

*16 prodotti realizzati per la **conoscenza personalizzata** per target: per campagne pubblicitarie, diffusione sui social e supporto agli aventi.*

Principali risultati

- ✓ **Campagna Pubblicitaria: 135.486 persone** raggiunte dal video trailer diffuso in 80 Cinema della Regione.
- ✓ **Visualizzazioni su Facebook:**
 - ✓ Video Conferenza Agricoltura: 257 Visualizzaz.
 - ✓ Docuserie «Storie di sviluppo rurale»: 717 Visualizzaz. (Trailer + 6 Episodi)
- ✓ **Visualizzazioni Youtube:**
 - ✓ I risultati 2018 della comunicazione: 19 Visualizzaz.
 - ✓ I risultati dell'indagine intermedia: 138 Visualizzaz.
 - ✓ Video Conferenza dell'Agricoltura: 63 Visualizzaz.
 - ✓ Docuserie «Storie di sviluppo rurale»: 266.207 Visualizzaz. (Trailer + 6 Episodi)

PUNTI DI FORZA E OPPORTUNITA'



Sito web, mailing e canali social continuano ad essere i canali di comunicazione fondamentali.

Challenge su Instagram e crescita della community

Press Tour e i suoi effetti in termini di notabilità del PSR

Game Online: nuove forme di **Infotainment**

Creazione di un circolo virtuoso da parte dei diversi Soggetti di intermediazione

Sperimentazione di nuovi formati e piattaforme comunicative del PSR



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE:
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



CRITICITA' E PROBLEMATICHE



Difficoltà nelle relazioni con il **Partenariato**



Difficoltà nel coinvolgimento delle **Associazioni Ambientaliste** e di alcune **Università** del territorio.



Scarsa corrispondenza tra i **registrati** e gli **effettivi partecipanti** agli eventi