FEASR

REGIONE DEL VENETO

PSR VENETO 2014-2020

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

Servizio di sviluppo e attuazione del Piano di comunicazione del PSR Veneto 2014-2020

(CIG 6764477EFF)

Report annuale delle attività realizzate 2019

(REA 2019)

Gennaio 2020

Versione definitiva del 15 aprile 2020

Data di validazione: 21 aprile 2020

Pomilio Blumm

ideas can

Indice del documento

1. Premessa e rationale 3
2. Attività eseguite e output conseguiti 4
2.1 - Riepilogo generale output e attività realizzate 4
2.2 - Valutazione complessiva e confronto con la pianificazione iniziale 8
2.3 - e Attività e output realizzati per Area di attività 13
2.4 - Criticità, problematiche e soluzioni adottate 41
3. Stato di avanzamento 42
3.1 Valutazione dello stato di realizzazione e avanzamento esecutivo 42
3.2 Valutazione dello stato di perseguimento degli obiettivi (PdC e Strategia) 48

Allegati

A. Relazione annuale di monitoraggio (REMA)
B. Presentazione risultati 2019 (per CdS)
C. Aspetti economici ed organizzativi
D. Relazione annuale di attuazione degli obblighi relativi al trattamento dei dati personali (GDPR)
1. Cronoprogramma PdA 2019-2020

1. Premessa e rationale

Il presente documento, previsto e disciplinato dal contratto Rep. n. 7523 del 13/04/17, contiene la descrizione complessiva delle attività di esecuzione del Piano di Comunicazione del PSR Veneto 2014-2020, in esito alla pianificazione operata attraverso il Piano annuale delle azioni di comunicazione 2019 (PdA 2019).

Preme segnalare che l'aggiornamento del PdC 2019 ed il PdA 2019 hanno esteso il campo di pianificazione anche al I trimestre 2020. Tale esigenza è in sostanza il frutto dell'adattamento contrattuale (36 mesi) all'effettiva attuazione del servizio stesso (13 aprile 2017-13 aprile 2020). Pertanto il presente documento prenderà in esame esclusivamente l'annualità 2019 (1 gennaio 2019-31 dicembre 2019), rinviando l'integrazione con le mensilità restanti al Report conclusivo di esecuzione del servizio.

Dal punto di vista strettamente rendicontativo le attività eseguite sono sinteticamente e cumulativamente riepilogate in ordine di appartenenza alle 9 Aree di attività in cui esse sono strutturate nell'Allegato B del contratto. Per gli opportuni riferimenti alle caratteristiche di dettaglio degli output conseguiti e delle singole attività svolte a tal fine si fa rinvio ai quattro Report periodici di esecuzione (RES), redatti alla fine di ciascun trimestre, nei quali tali elementi sono specificamente descritti.

Trattandosi, come indicato dal Piano di Comunicazione pluriennale, di un'implementazione ulteriore e specifica rispetto ai Report trimestrali di esecuzione - cui è specificamente assegnata la funzione di contabilizzazione dei relativi stati di avanzamento anche sotto il profilo amministrativo - il presente documento fornisce, accanto al quadro numerico di sintesi, una valutazione complessiva dell'andamento del Piano, anche rispetto alle previsioni formulate in sede di pianificazione (PdA 2019) e allo stato di perseguimento degli obiettivi complessivi (PdC e Strategia).

Si tratta di una lettura "critica" dell'intero sforzo di comunicazione del Programma, tanto sotto il profilo della sua efficacia ed efficienza, quanto sotto quello della sua validità strategica, effettuata alla luce delle dinamiche rilevate nel corso della sua esecuzione e nel contesto di riferimento delle sue azioni.

2. Attività eseguite e output conseguiti

2.1 - Riepilogo generale output e attività realizzate

Il Piano di Comunicazione pluriennale del PSR Veneto 2014-2020 (PdC) è articolato in Aree di attività omogenee che sono finalizzate alla implementazione di 433 output complessivi (inclusi i 7 output integrativi definiti in sede di PdA e PdC 2019-2020) articolati in 9 aree tematiche di attività.

Sulla base della pianificazione operata attraverso il PdA 2019 e del relativo "cronoprogramma", al termine del 2019 sono stati complessivamente conseguiti **131,85 output**, di cui 6 output in fase di completamento nel triennio (database delle best practice, supporto continuativo e gestione contenuti e documenti, strumenti web regionali servizio di rassegna stampa e web, video sui contenuti del PSR, evento rivolto alla cittadinanza).

Di seguito, sono riepilogate le attività e gli output realizzati, con riferimento anche alle relative quantità, che rappresentano prioritariamente un indice di "esecuzione finanziaria", rispetto all'articolazione definita dal contratto, che trovano adeguata corrispondenza nelle iniziative/prodotti effettivamente realizzati come descritti nel paragrafo successivo, anche sulla base delle operazioni di "integrazione" tra output definite dal PdA o validate in sede di esecuzione, nell'ambito dei Report degli incontri di coordinamento.

Lo schema di sintesi delle attività realizzate, anche in termini di relativa scansione temporale, è dettagliatamente descritto attraverso l'allegato "cronoprogramma" finale, che consolida in maniera definitiva la pianificazione proposta dal PdA e dal relativo cronoprogramma.

Per agevolare la lettura abbiamo riportato nella tabella:

- [a] L'apice "a" indica che si tratta di output integrativi previsti dal PdA 2019, rispetto al set originario di output previsto dal PdC 2017, valorizzati per la relativa quantità prodotta nel 2019.
- [b] L'apice "b" indica che si tratta di output previsti da PdC e dal Pda 2019 ma non rilasciati nell'annualità 2019.
- Gli output evidenziati con sfondo grigio e indicati con la sigla "Na" sono output "non attivati", rispetto al set originario PdC 2017, in quanto considerati non funzionali agli obiettivi e alla pianificazione esecutiva.

Area A.1		Progettazione e pianificazione
1	a	Piano di Comunicazione a valenza pluriennale
0	b	Piano annuale delle azioni di comunicazione (concluso nel 2018)
0	c	*Report di analisi "Quality Assessment del Piano"*[a b]

Area A.2		Coordinamento e attuazione del Piano di comunicazione
12	a	Incontri di coordinamento a cadenza mensile
12	b	Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento (RIC)
3	c	Incontri per definire il Report di attività
0,45	e	Database di best practice
0,20	f	Database immagini del PSR
0	g	Manuale d'uso immagine coordinata (concluso nel 2017)

4	h	Report trimestrali di esecuzione del servizio (RES)
1	i	Report annuale delle attività realizzate 2018
0	l	Report conclusivo triennale dell'attuazione del Piano di comunicazione [b]

Area A.3		Monitoraggio, risultati e impatti del Piano di comunicazione
0	a	Set di indicatori di monitoraggio (concluso nel 2017)
4	b	Relazioni trimestrali di monitoraggio (REM)
1	c	Report annuale di monitoraggio 2018
0	d	Relazione finale di monitoraggio [b]
0,90	f	Indagine intermedia risultati ed effetti del piano
0	g	Indagine conclusiva risultati ed effetti del piano [b]
3	h	*Indagine specifica sugli strumenti di comunicazione del Piano* [a]

Area A.4		Strategia web e social media
3	a	Campagne di digital marketing
5	b	Azioni di posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca
Na	c	Progetto di consultazione online dei target sui temi dello sviluppo rurale (Cfr. PdC 2019)
0	d	Sistemi di mailing mirato
1,33	e	Supporto continuativo alla pubblicazione (strumenti web regionali)
1	f	Gestione continuativa contenuti e documenti (strumenti web e social Piano)
Na	g	Applicazione smartphone e device (Cfr. PdC 2019)

Area A.5		Campagne pubblicitarie
2	a	Campagne pubblicitarie verso la cittadinanza
1	b	Campagne pubblicitarie verso i beneficiari attuali e potenziali
1	c	Campagne pubblicitarie a sostegno delle azioni del Piano

Area A.6		Pubblicazioni e materiali
0	a	Pubblicazione materiale illustrativo per la cittadinanza

0	b	Pubblicazioni materiale informativo per i beneficiari (concluso nel 2018)
2	c	Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari
3	d	Pubblicazione a carattere tecnico e divulgativo

Area A.7		Ufficio stampa e pubbliche relazioni
0	a	Database contatti giornalistici (100 contatti) (concluso nel 2017)
8	b	Comunicati stampa
0	c	Evento dedicato ai media (concluso nel 2018)
2	d	Cartelle stampa
8	e	Supporto ufficio stampa eventi
28	f	Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali
0,30	g	Rassegna stampa e web
1	h	*Press tour* [a]

Area A.8		Eventi, incontri e seminari
2	a	Incontro di partenariato
3	b	Comitato di Sorveglianza
2	c	Seminari tecnici/workshop
0	d	Eventi sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari) [b]
0,67	e	Evento rivolto alla cittadinanza

Area A.9		Produzione materiali multimediali e audiovisivi
2	a	Progetti audiovisuali (cittadinanza)
0	b	Progetti audiovisivi per beneficiari [b]
12	c	Video relativi a contenuti del PSR
1	d	*Iniziativa multimediale promozionale speciale PSR* [a]

A completamento di quanto indicato e sulla base del cronoprogramma definitivo allegato si può osservare quanto l'annualità presa in esame sia stata caratterizzata, da un lato, dal rafforzamento di attività precedentemente intraprese per poterne consolidare l'efficacia verso pubblici sempre più consapevoli e, dall'altro, dall'avvio di nuove iniziative, al fine di rispondere ai

fabbisogni specifici di attivazione, chiarezza e semplificazione, relazionalità con il target, continuità e tempestività. Di seguito si segnalano le principali evidenze dei rilasci degli output tra le aree e i trimestri considerati:

- **nel secondo e quarto trimestre si è verificata una maggiore concentrazione di attività e quindi di rilasci,** in relazione sia alla pianificazione mirata di alcune iniziative di rilievo quali gli eventi, con correlati effetti indotti rispetto agli output di diverse Aree di attività, che al contestuale effetto di "cumulo" e completamento di iniziative in corso.
- **per l'area 7** si evidenzia uno degli scarti positivi maggiori, come per il 2018, anche per questa annualità; in questo senso, si rileva, in particolare, la "contabilizzazione" delle uscite stampa relative all'intera annualità di riferimento.
- **Nelle aree 1-5-6-9** l'andamento degli output è corrisposto a quanto pianificato, per effetto della possibilità di pianificare la produzione degli stessi sulla base delle esigenze ei diversi eventi e attività programmate. **Nell'area 9** si assiste invece ad una differenza positiva rispetto all'avanzamento dell'output dovuto ai rilasci di tutte le puntate della docuserie oltre agli altri video.
- **L'area 4** ha registrato un incremento progressivo nel rilascio degli output dal I al IV trimestre.
- **L'area 8** è quella con un incremento inferiore rispetto alle altre, data la mancata realizzazione dei 7 incontri territoriali, perchè non funzionali al piano nel 2019.

2.2 - Valutazione complessiva e confronto con la pianificazione iniziale

Coerentemente con gli obiettivi e la pianificazione cronologica e funzionale definiti dal PdC, l'attuazione della strategia di comunicazione del PSR, è stata focalizzata sul driver strategico dall'**attivazione** e dal **consolidamento della conoscenza** (PdA 2019) con attività mirate ad attivare i target per poter procedere nel corso del 2020 ad intensificare la conoscenza e fruibilità del PSR. Tutte queste attività hanno risposto, in particolare, ai fabbisogni n.4 (attenzione alla misurabilità di obiettivi e azioni e alla diffusione dei risultati) e n.5 (dialogo e coinvolgimento dei portatori di interesse finalizzato all'incremento dell'efficacia ed efficienza comunicativa).

Seguendo il modello di utilità circolare che ha ispirato l'intero piano pluriennale, quanto già realizzato nelle due annualità precedenti ha consentito di poter mobilitare e attivare i diversi target a contribuire nella produzione di informazioni relative ad interventi specifici finanziati dal PSR e/o tematiche connesse al programma.

E se da un lato l'azione del PdA 2019 è stata concentrata sui focus target, dall'altro è stato possibile osservare alcuni effetti determinati dall'azione di lungo periodo del PdC ed in particolare la creazione di un circolo virtuoso da parte di diversi attori e soggetti di intermediazione, oltre alla stampa di informazione che hanno contribuito alla diffusione del Programma come:

- la Rete degli istituti agrari del Veneto, in relazione alla seconda edizione del Concorso "Il PSR per i giovani" verso gli istituti agrari.
- L'Università Cà Foscari di Venezia, con la quale la Regione ha stretto un rapporto di collaborazione continuativo rispetto ad iniziative innovative di formazione degli studenti.
- Le Fattorie Didattiche in relazione alla realizzazione di laboratori di scrittura creativa, finalizzati al coinvolgimento dei bambini nella partecipazione al concorso "Agricoltura, che avventura!"in occasione della "Giornata aperta" delle Fattorie Didattiche 2019, segnale evidente di un rapporto collaborativo tra diverse strutture regionali.
- I vincitori dell'iniziativa "Mobilità internazionale", nella veicolazione alle proprie community di contenuti legati al PSR, attraverso la loro esperienza di viaggio.
- I beneficiari del PSR, selezionati attraverso le proprie testimonianze, che hanno animato gli eventi fino a diventare veri e propri "ambassador" del PSR attraverso le puntate della docuserie "Storie di sviluppo rurale", la "vetrina" delle storie di sviluppo rurale, presente sul sito dedicato, ed il loro contributo alla realizzazione di una pubblicazione di approfondimento (di futura realizzazione)
- Media locali e nazionali: con alcune testate e redazioni è stato costruito un dialogo in questo triennio per sensibilizzare sulle tematiche relative al Programma, ottenendo un crescente interesse sulle ricadute del PSR sul territorio e moltiplicando l'azione di informazione verso l'opinione pubblica.

Una parte delle attività realizzate nel corso del 2019 sono state svolte in linea di continuità con quanto attivato nell'annualità precedente come:

- il sito ufficiale del Programma – con l'implementazione finale della sezione dedicata al partenariato;
- la valorizzazione dei canali social del PSR – attraverso la divulgazione di concorsi e attività volti a coinvolgere un maggior numeri di utenti
- la gestione dei sistemi di mailing mirato
- la riedizione dei concorsi "Agricoltura che avventura" e "Il PSR per i giovani"
- le campagne pubblicitarie per la promozione degli eventi (Conferenza regionale e all'incontro di partenariato).
- l'utilizzo dell'immagine coordinata in family feeling su tutti prodotti realizzati dal PdC
- la premiazione dei vincitori del primo concorso "Agricoltura che avventura" e diffusione della seconda edizione del concorso
- la premiazione del vincitore del bando di mobilità internazionale in collaborazione con l'istituzione universitaria
- la produzione video-interviste dei beneficiari
- le campagne digital e azioni di posizionamento realizzate per sostenere le attività e iniziative realizzate.

Accanto a questa tipologia di attività una serie di iniziative innovative (intese sia come novità per il PSR Veneto, che come innovazioni comunicative vere e proprie):

- Le visite guidate nelle aziende per il CdS
- Il Press tour e le ricadute in termini di notiziabilità nazionale
- La realizzazione di una docuserie di 6 puntate veicolata sul web
- Video differenziati per divulgare i risultati dell'indagine intermedia
- Video di animazione per raccontare i risultati della comunicazione al 2018.
- Formato magazine per il rapporto divulgativo sulla valutazione intermedia del PSR
- Laboratori del PSR all'interno delle Fattorie aperte con la collaborazione delle fattorie didattiche
- I game on line "Quanto sei rurale" "Conosci l'agricoltura europea" che hanno consentito di sfruttare anche leve ironiche tipiche degli strumenti ludico-pedagogici
- L'utilizzo delle campagne pubblicitarie a sostegno di iniziative e prodotti e non solo eventi (come la docuserie nei cinema, i risultati della Conferenza e della valutazione intermedia)
- L'utilizzo della presentazione immersiva in Prezi per raccontare il PSR Veneto
- La challenge su Instagram #Diaridellaterra

Di seguito proponiamo un'analisi delle attività e dei rilasci sulla base dei focus target al fine di dettagliare meglio i motivi e gli effetti del PdC definiti nel PdA 2019.

Cittadinanza e nuove generazioni

Le strategie per l'attivazione della conoscenza sono state rivolte alla cittadinanza con particolare riferimento alle nuove generazioni, attraverso una serie di azioni e iniziative, spesso combinate ed integrate tra loro, che hanno richiesto un consistente sforzo progettuale ed esecutivo, anche in relazione all'articolazione e complessità dei singoli segmenti di target intercettati:

- Bambini e famiglie;
- Scuola e studenti degli istituti agrari
- Studenti e laureandi degli atenei veneti.

Per ciascun segmento di target sono state create azioni specifiche al fine di promuovere le attività legate alla strategie di attivazione della conoscenza (video, schede di approfondimento, materiali informativi cartacei, campagne, game). Il 2019 ha consentito di concludere le attività concorsuali avviate nel 2018 e di proseguire l'azione di informazione e coinvolgimento attraverso la riedizione di due concorsi "Agricoltura che avventura" e "Il PSR per i giovani – Concorso di idee per Istituti agrari del Veneto".

Rispetto al concorso "**Agricoltura che avventura**" con l'obiettivo di far conoscere ai bambini le tematiche dello sviluppo rurale attraverso le avventure di Chicco – la mascotte del PSR Veneto - nel corso del 2019 sono stati designati e premiati i

vincitori della prima edizione e lanciata la nuova edizione. In particolare i contributi, storie e disegni, realizzati dai bambini nell'ambito del concorso, sono stati oggetto di una pubblicazione cartacea e on line, "Le avventure di Chicco. La raccolta 2018", diventato uno strumento di comunicazione del PSR a tutti gli effetti, utilizzato per i più piccoli e per le famiglie, oltre ad essere oggetto di una rubrica fissa sul canale Instagram del PSR Veneto.

Il PSR per i giovani, il concorso di idee volto a coinvolgere gli studenti e i docenti degli istituti agrari grazie alla collaborazione con la Rete delle Scuole Agrarie e Forestali del Triveneto, ha coinvolto nella prima edizione del 2018, 120 studenti provenienti dalle classi quarte e quinte di otto istituti agrari del Veneto. Hanno partecipato con 21 progetti. La buona riuscita del progetto ha spinto all'organizzazione della seconda edizione del concorso attraverso il coinvolgimento degli Istituti Agrari della regione. Durante il 2019 sono stati nominati i vincitori del concorso, la classe 4B dell'Istituto Cerletti di Conegliano, e premiati presso l'Istituto Duca degli Abruzzi di Padova nel contesto del "Seminario interregionale sulla riforma dell'istruzione professionale agraria". Sempre nel corso del 2019 sono stati predisposti i documenti per la seconda edizione del concorso: regolamento, predisposizione news sul sito psrveneto.it, data di scadenza per la partecipazione al concorso (fissata per il 07 febbraio 2020).

In merito alle iniziative di coinvolgimento delle Università, è stata registrata una maggiore sensibilità ai temi e alle iniziative realizzate dal PdC da parte dell'Università Ca Foscari, con la quale la Regione ha stretto un rapporto di collaborazione continuativa finalizzato a diffondere la conoscenza delle politiche di sviluppo rurale, del PSR e dei loro effetti. Nel corso del 2019, i rappresentanti istituzionali dell'AdG del PSR hanno partecipato ad una serie di seminari, lezioni e laboratori organizzati in Ateneo coinvolgendo circa 400 studenti. Oltre a questo tipo di attività, nel corso del 2019, è stato assegnato il premio in denaro ai vincitori del bando di mobilità internazionale promosso dal PSR Veneto per i laureandi degli atenei del Veneto (domande scadute il 31 dicembre 2018). I due vincitori hanno realizzato i loro viaggi studio finalizzati alla stesura della tesi di laurea. Entrambi hanno contribuito con relazioni dettagliate, ma soprattutto con post ed immagini, a raccontare l'esperienza realizzata grazie al PSR del Veneto. Anche la diffusione dei quiz on line ha consentito di avvicinare gli utenti digitali al programma attraverso la formula del game in chiave ironica, uno dei trend dell'universo digital e social.

È stata avviata la prima iniziativa multimediale challenge per un PSR italiano denominata #diaridellaterra: challenge su Instagram rivolta a tutti gli Igers – veneti e non – per raccontare lo sviluppo rurale del Veneto attraverso la produzione di scatti particolarmente suggestivi e rappresentativi dei temi correlati al PSR del Veneto.

Nel 2019 è stata condotta un'indagine circa la conoscenza dei cittadini del programma PSR Veneto al fine di valutare l'efficacia del PdC. I risultati registrano una tendenza al miglioramento rispetto all'analoga indagine svolta nel 2015. In dettaglio:

- il 41% degli intervistati ha sentito parlare del Fondo FEASR, una media del 7,4% in più rispetto al 2015
- il 28% dei cittadini ha sentito parlare del PSR, il 6,2% in più rispetto al 2015
- la conoscenza dell'approccio LEADER è cresciuto del 10,4% rispetto al 2015: dal 17,8 del 2015 al 28,2% del 2019
- il 24,1% della cittadinanza intervistata ha sentito parlare dei GAL, il 6,7% in più rispetto al 2015.

Beneficiari e potenziali beneficiari

Oltre alle consuete attività di diffusione dei bandi attraverso i diversi canali del PdC, nel corso del 2019 i beneficiari stessi sono diventati protagonisti dei materiali multimediali e audiovisivi del programma PSR Veneto, con particolare riferimento alle Storie di sviluppo rurale. A tal fine è stato implementato il Database best practices che ha consentito di poter contare su interviste audio-video, scatti fotografici, schede informative ed immagini di copertura delle più significative realtà aziendali finanziate dal PSR.

Sono state prodotte 6 puntate di una docuserie pubblicata sui canali web e social tra ottobre e novembre 2019, e promossa da una campagna cinema che ha visto proiettato il trailer della docuserie in 80 schermi per 2 settimane. La docuserie con taglio emozionale racconta in maniera immediata le priorità del Programma attraverso le storie personali, aziendali e di sviluppo rurale ottenuto grazie al PSR Veneto.

Dal 23 al 26 settembre 2019 è stato organizzato un Press Tour "Alla scoperta dello sviluppo rurale del Veneto, attraverso sei realtà significative finanziate dal FEASR – Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale" che ha avuto come partecipanti operatori dei media regionali e nazionali. Scopo del tour è stato quello di fornire un'esperienza diretta ai media al fine di

portare a conoscenza di uno scenario importante a livello regionale e nazionale, quale quello del PSR Veneto, che possa ampliarsi anche allo sviluppo economico e sociale e alla valorizzazione e preservazione del patrimonio ambientale. L'iniziativa ha prodotto risultati molto positivi e inaspettati che hanno determinato un coinvolgimento stabile in un processo di newsmaking con alcune testate di rilevanza nazionale come Ansa e La Repubblica.

Il beneficiario sta sviluppando competenze autonome sul PSR: ad indicarlo sono ad esempio i dati di partecipazione ad eventi quali la Conferenza dell'agricoltura e l'incontro di partenariato, appuntamenti dedicati agli stakeholders, nei quali è stata registrata una buona presenza di imprese, segnale di un crescente interesse verso le tematiche e di una maggiore sensibilità alle iniziative del PSR Veneto.

Infine, nel 2019 è stato analizzato il target in termini di conoscenza del Programma. È stato infatti intervistato un campione di 602 beneficiari e potenziali beneficiari del Psr Veneto 2014-2020 al fine di valutare l'efficacia delle azioni di comunicazione intraprese dal PdC. I risultati registrano un avanzamento di tutti gli indicatori dal 2015 ad oggi ed in particolare si segnala che:

- Il 91,5% conosce spontaneamente le politiche europee per l'agricoltura
- Il 75,8% conosce il fondo FEASR
- Il 96% conosce il PSR
- Il 62,3% conosce il LEADER
- Il 77,1% conosce il GAL

Le modalità di accesso al PSR sono valutate molto positivamente con un 7,22 (su scala 1-10), così come il livello di conoscenza sugli obblighi del beneficiario pari ad un indice di valutazione di 7,42 (su scala 1-10). L'89% del campione valuta positivamente la chiarezza delle informazioni fornite dalla Regione, l'86,4% valuta positivamente la tempestività delle informazioni, l'85,2% la trasparenza delle informazioni.

Il partenariato e i portatori di interesse

Nel corso del 2019 si è mantenuta alta l'attenzione verso il partenariato e i portatori di interesse attraverso un diretto coinvolgimento del target. L'Area A.8 dedicata agli eventi ha realizzato ben due occasioni di rafforzamento del dialogo con questo target ed in particolare attraverso l'incontro di partenariato "Il valore del PSR Veneto: risultati ed effetti nella prospettiva della PAC", e la Conferenza regionale dell'Agricoltura e del PSR).

Questi eventi sono stati altresì l'occasione per la diffusione di ulteriori prodotti a supporto della comunicazione verso il partenariato, come i video sulla valutazione intermedia, il video emozionale per la conferenza dell'Agricoltura, il video sui risultati del PdC 2019.

Inoltre, avendo come obiettivo quello di perseguire un rafforzamento della rete attraverso la divulgazione di informazioni con specifici strumenti dedicati all'interno del sito www.psrveneto.it è stata implementata e completata la sezione Partenariato dedicata agli utenti che fanno parte del partenariato del PSR. La sezione è divisa in sottosezioni, quali:

- Tavolo di Partenariato
- Partenariato Generale
- Incontri del partenariato
- Controlla e invia dati corretti – sezione specifica dedicata all'invio delle comunicazioni tra gli utenti del partenariato e il PSR Veneto.

È stato utilizzato largamente il sistema di mailing mirato **"Comunicazione al partenariato"** - uno strumento pensato per aggiornare costantemente i portatori di interesse delle tematiche principali del PSR - nel corso del 2019 conta un totale di 36 direct email message.

Infine il PdC ha continuato l'attività di ascolto e analisi del fabbisogno di comunicazione espresso dal partenariato, avviata con la mappatura dei canali di comunicazione. Analogamente al 2015, nel 2019 è stata condotta l'indagine su un campione di portatori di interesse. I risultati hanno registrato che:

- il 79,6% degli intervistati ha risposto positivamente alla domanda sull'efficacia delle modalità di coinvolgimento del Partenariato nelle attività del PSR
- l'89% degli intervistati si ritiene soddisfatto della chiarezza della comunicazione da parte della Regione

- l'87,1% degli intervistati si ritiene soddisfatto della tempestività della comunicazione del PSR

I risultati dell'indagine sono confluiti in un video diffuso sul sito e sui canali social.

Sempre per il partenariato è stata progettata e diffusa l'indagine di customer satisfaction prevista dal PdC finalizzata a conoscere l'opinione dei lettori sui prodotti di comunicazione istituzionale loro dedicata "Comunicazioni al partenariato". Gli obiettivi dell'indagine sono stati quelli di:

- valutare il gradimento rispetto ad alcuni indicatori (abitudini di lettura, interesse, tematiche, linguaggio)
- migliorare la fruibilità del prodotto
- adeguare il sistema di mailing ai desiderata del target

2.3 - Attività e output realizzati per Area di attività

AREA A.1 - PROGETTAZIONE E PIANIFICAZIONE

Output "a" > Piano di Comunicazione a valenza pluriennale (PdC)

Il Piano di comunicazione (PdC) ha valenza pluriennale e indica pertanto le attività proposte per l'intera programmazione, fino al 31.12.2022 in funzione dell'area di riferimento.
Nel 2017 è stato prodotto il Piano di comunicazione a valenza pluriennale (PdC), documento base di pianificazione strategica del servizio, che rappresenta il documento guida per l'attuazione dell'intera attività la cui declinazione esecutiva è contenuta nei tre piani annuali di attuazione (PdA 2017-2018-2019). Il Piano pluriennale, che rispecchia quanto previsto dalla documentazione di gara e quanto presentato in offerta tecnica, è soggetto ad aggiornamenti annuali al fine di allineare i contenuti alle tendenze del mondo della comunicazione e/o alle esigenze di contesto, senza mutarne la natura che resta stabile per il triennio al quale lo stesso fa riferimento. Il secondo aggiornamento è avvenuto nel corso del primo trimestre del 2019 attraverso una nota metodologica con cui sono state condivise modifiche di natura testuale e l'adeguamento di scadenze (PdC aggiornate), inserimento di nuovi output integrativi, accorpamento/integrazione intra-area di output non ritenuti funzionali al Piano pluriennale.

AREA A.2 - COORDINAMENTO E ATTUAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Output "a" > Incontri di coordinamento a cadenza mensile

Nel corso del 2019 si sono tenuti 12 incontri. Questo output rappresenta lo strumento attraverso il quale l'Autorità di Gestione e l'affidatario del servizio effettuano il coordinamento sulle attività previste dal Piano, consentendo l'attuazione delle attività stesse. In ciascun incontro si opera la verifica di tutte le aree di attività previste per l'annualità di riferimento, rispetto a ciascuna area. Le riunioni costituiscono l'occasione di presentare e discutere operativamente le proposte, calendarizzare le attività, allineare il gruppo di lavoro sul livello di esecuzione delle attività. Gli incontri del 2019 si sono tenuti tutti nella sede di Regione Veneto alla presenza di rappresentanze qualificate di entrambe le parti sulla base di un ordine del giorno preventivamente concordato. Gli stessi sono stati effettuati nelle seguenti giornate:

- 17 Gennaio 2019
- 13 Febbraio 2019
- 19 Marzo 2019
- 17 Aprile 2019
- 15 Maggio 2019
- 13 Giugno 2019
- 30 Luglio 2019
- 28 Agosto 2019
- 16 Settembre 2019
- 17 Ottobre 2019
- 19 Novembre 2019
- 13 Dicembre 2019

Output "b" > Report di sintesi degli incontri mensili di coordinamento

Degli incontri mensili è stato prodotto e condiviso specifico report scritto, recante indicazione di giorno, luogo e data dell'incontro e descrizione sintetica degli argomenti trattati e delle relative decisioni assunte. Ogni report mensile si conclude con una calendarizzazione condivisa delle attività programmate e immediatamente successive. Come previsto in sede contrattuale tutti i report sono stati redatti e inviati entro il 5° giorno lavorativo successivo all'incontro ed è sottoposto a validazione da parte dell'AdG. La validazione dei report è stata trasmessa a mezzo PEC unitamente alla convocazione dell'incontro successivo. Tale modalità consente sempre di organizzare gli appuntamenti tenendo in considerazione il progress delle attività discusse e programmate. Nel corso del 2019 sono stati rilasciati 12 output di questo tipo.

- RIC 1/2019 (inviato in data 24 Gennaio 2019 validato in data 31 gennaio 2019 con prot.0043201)
- RIC 2/2019 (inviato in data 15 Febbraio 2019 validato in data 20 Febbraio 2019 con prot. 0071394)
- RIC 3/2019 (inviato in data 25 marzo 2019 validato in data 3 aprile con prot. 0133165)
- RIC 4/2019 (inviato in data 23 Aprile 2019 validato in data 07 Maggio 2019 con prot.0178483)
- RIC 5/2019 (inviato in data 17 Maggio 2019 validato in data 4 Giugno 2019 con prot. 0216726)
- RIC 6/2019 (inviato in data 20 Giugno 2019 validato in data 18 Luglio 2019 con prot. 0322248)
- RIC 7/2019 (inviato in data 1 Agosto 2019 validato in data 21 Agosto 2019 con prot. 0366583)
- RIC 8/2019 (inviato in data 2 Settembre 2019 validato in data 9 Settembre 2019 con prot. 0388271)
- RIC 9/2019 (inviato in data 19 Settembre 2019 validato in data 27 Settembre 2019 con prot. 0415645)
- RIC 10/2019 (inviato in data 23 ottobre 2019 validato in data 29 ottobre 2019 con prot.0466318)
- RIC 11/2019 (inviato in data 20 novembre 2019 validato in data 9 dicembre 2019 con prot. 0529270)
- RIC 12/2019 (inviato in data 19 dicembre 2019 validato in data 8 gennaio 2020 con prot. 0006709)

Output "c" > Incontri per definire il Report di attività per ciascuna annualità

La 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.), nonché la definizione congiunta delle attività da inserire nel PdA 2019 è stata effettuata nel corso di 3 incontri *ad hoc* tra l'AdG e l'affidatario, tenutisi presso la sede di Regione Veneto. L'obiettivo degli incontri è quello di focalizzarsi esclusivamente su specifiche azioni e attività, divise per allineamenti "tematici" in relazione alle esigenza definite dal Piano. Le valutazioni sullo stato di avanzamento delle attività, le valutazioni operate sull'avanzamento del PdA ed eventuali criticità riscontrate, la definizione della struttura della reportistica annuale. Gli incontri sono stati realizzati nelle seguenti date:

- Martedì 5 marzo 2019
- Giovedì 4 luglio 2019
- Giovedì 12 dicembre 2019

Output "e" > Data base Best practice del PSR Veneto

La realizzazione dell'output avviene in maniera continuativa ed incrementale fino al raggiungimento di un database contenente 100 casi di successo, definiti Storie di sviluppo rurale. Nel corso degli incontri dell'Adg e dell'Agenzia con Avepa sono stati definiti i criteri e le soluzioni utili alla realizzazione delle interviste per completare il database dei casi di successo. Sono state realizzate, nel corso del 2019, visite e video interviste nel periodo agosto-ottobre 2019, e la realizzazione di 53 schede beneficiari. Parte di queste video interviste sono state utilizzate per la realizzazione delle "Storie di Sviluppo rurale". Per ciascun caso segnalato sono state effettuate le seguenti attività: attivazione dei contatti per verificare la disponibilità del beneficiario a rilasciare un'intervista, visita in azienda da parte di un giornalista/fotografo, realizzazione di una video intervista registrata sulla base di una griglia di conduzione definita, scatti fotografici sia al beneficiario che alla sua azienda, sbobinatura dell'intervista, redazione di una scheda esplicativa. Le schede, così come i video e le immagini, sono poi nuovamente rieditate e declinate sul linguaggio web e inserite in una sezione specifica del sito psrveneto "Storie di Sviluppo rurale". Attualmente, nella sezione appositamente prevista sul sito www.psrveneto.it sono inseriti 30 video racconti e relative schede.

Output "f" > Data base immagini sul PSR Veneto

In relazione all'output in oggetto, durante tutta la durata dell'annualità, così come previsto dal PdC, sono state prodotte e selezionate immagini. Nell'ultimo trimestre sono stati selezionati e consegnati 150 scatti per la selezione da parte dell'AdG di 100 scatti, prodotti in occasione delle interviste dei beneficiari, che vanno a completare il database delle immagini

Output "h" > Report trimestrali sullo stato di esecuzione del servizio

_'output in oggetto, consistente in una relazione dettagliata condivisa su base trimestrale, contiene il quadro aggiornato e

dettagliato di informazioni e dati relativi all'esecuzione del servizio (attività eseguite in corso e pianificate, output prodotti, partecipanti agli eventi, campagne pianificate, gestione dei canali digitali, azioni e prodotti delle media relations, stato e caratteristiche della spesa, ecc.). Nel corso del 2019 sono stati rilasciati 3 output di questo tipo, il 4 è oggetto di consegna il 13/01/2020:

- Report trimestrale di esecuzione rilasciato il 15/04/2019 - (RES 1/2019)
- Report trimestrale di esecuzione rilasciato il 24/07/2019 - (RES 2/2019)
- Report trimestrale di esecuzione rilasciato il 15/10/2019 - (RES 3/2019)
- Report trimestrale di esecuzione rilasciato il 13/01/2020 - (RES 4/2019)

Output "i" > Report annuale delle attività realizzate

Il presente report costituisce un'implementazione ulteriore e specifica dell'attività di valutazione trimestrale dell'esecuzione del servizio: trattasi infatti del documento integrativo delle attività realizzate nel corso del 2019 recante l'illustrazione e la valutazione delle modalità organizzative e dello stato complessivo di avanzamento del Piano, dei suoi principali indicatori di realizzazione e risultato nonché la quantificazione e ripartizione delle risorse professionali e finanziarie impegnate nel periodo. Il documento è un prospetto completo volto a riassumere ed analizzare i risultati di quanto eseguito nell'ambito dell'incarico nel corso dell'anno 2019, nonché serve a valutare i risultati e gli avanzamenti del PdC, evidenziando eventuali criticità (quando presenti) e le relative soluzioni adottate. Il presente documento è correlato di ulteriori documenti a supporto:

- Allegato A Relazione annuale di monitoraggio (REA)
- Allegato B presentazione per il CdS
- Allegato C Aspetti economici e organizzativi
- Allegato D Relazione di attuazione degli obblighi relativi al trattamento dei dati personali (GDPR)

Coerentemente con quanto indicato in sede di pianificazione pluriennale, il rilascio dell'output avviene nel corso del primo trimestre 2020.

AREA A.3 - MONITORAGGIO, RISULTATI E IMPATTI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Output "b" > Relazioni trimestrali di monitoraggio

Analogamente alla valutazione dello stato di esecuzione del Piano, anche l'attività di monitoraggio della sua efficacia è svolta continuativamente dall'affidatario mediante l'utilizzo del sistema di rilevazione sopra indicato ed i relativi esiti hanno consentito la realizzazione periodica, su base trimestrale, dei 4 seguenti report:

- Report trimestrale di monitoraggio rilasciato il 17 aprile 2019 (REM 1/2019)
- Report trimestrale di monitoraggio rilasciato il 24 luglio 2019 (REM 2/2019)
- Report trimestrale di monitoraggio rilasciato il 15 ottobre 2019 (REM 3/2019)
- Report trimestrale di monitoraggio rilasciato il 13 gennaio 2020 (REM 4/2019)

L'attività di monitoraggio dell'efficacia del piano è stata svolta sulla base delle evidenze oggettive disponibili in quanto prodotte e/o raccolte nel corso dei vari trimestri.

Output "c" > Relazione annuali di monitoraggio

Anche questo report costituisce, analogamente a quello di esecuzione, un'implementazione dell'attività di valutazione trimestrale dell'efficacia del servizio: trattasi infatti del documento riepilogativo annuale dei dati aggregati di monitoraggio dell'intero periodo tratti dagli indicatori del sistema di rilevazione presentati in forma tabellare e supportata sul piano grafico allegato al presente report (allegato A). Il report della terza annualità presenta confronti diacronici con i dati riportati nei REMA delle annualità precedenti.

Output " f" > Indagine intermedia dei risultati ed effetti del piano

Durante il secondo trimestre è stata realizzata un'indagine intermedia sui risultati e sull'effetto del piano; l'indagine ed i relativi risultati sono stati oggetto di validazione e controllo da parte di AdG. L'indagine è stata affidata alla società Quaeris che ha realizzato 3 wave di ricerca. Il periodo di somministrazione è stato ad Aprile 2019, i report sono stati rilasciati nel mese di maggio 2019:

- Cittadinanza. È stato intervistato un campione di 1200 cittadini residenti in Veneto. Le interviste sono state condotte telefonicamente (metodo CATI).
- Beneficiari. È stato intervistato un campione di 602 beneficiari e potenziali beneficiari del Psr Veneto 2014-2020. 388 interviste (64,4%) sono state effettuate on line con metodo CAWI/MAWI, mentre le rimanenti sono state somministrate telefonicamente (metodo CATI/CAMI).
- Partenariato. È stato intervistato un campione di 55 portatori di interesse. Tutte le interviste sono state somministrate via WEB (metodo CAWI- MAWI) – RES 2

Output integrativo" h" > Indagine specifica sugli strumenti del piano

L'output è stato articolato in 3 indagini customers specifiche dedicate a:

- Comunicazione al partenariato
- Sito psrveneto.it
- Canali social del PSR

Durante il terzo trimestre è stata progettata e diffusa l'indagine di customer satisfaction su Comunicazioni al Partenariato del PSR Veneto. L'indagine è stata veicolata attraverso una DEM specifica inviata a tutti gli utenti iscritti alla mailing list dedicata al partenariato "Comunicazione al Partenariato"; il questionario composto da 14 items, è stato implementato sulla piattaforma proprietaria Blumm Survey.
Il questionario ha permesso di:

- Valutare il gradimento rispetto ad indicatori quali abitudini di lettura, interesse, tematiche, linguaggio
- Migliorare la fruibilità del prodotto
- Adeguare il sistema di mailing ai desiderata del target

Successivamente è stata implementata e diffusa una seconda indagine di customer satisfaction riguardante il sito www.psrveneto.it; questa indagine, rivolta a tutti gli iscritti alle newsletter, cioè utenti che hanno visitato almeno una volta il sito, è stata realizzata al fine di conoscere le opinioni di questi circa la fruibilità e la user interaction e experience del portale. Il questionario è stato strutturato in 3 differenti sezioni:

- dedicata a rilevare le abitudini di navigazione degli utenti
- dedicata a raccogliere le valutazioni degli utenti
- dedicata ai dati strutturali

Nell'ultimo trimestre è stata progettata e diffusa una terza indagine di customer satisfaction prevista dal PdC, finalizzata a conoscere l'opinione degli utenti dei canali social del PSR Veneto. Il questionario è stato strutturato in 3 diverse sezioni:

- dedicata a rilevare le abitudini di navigazione degli utenti
- dedicata a raccogliere le valutazioni degli utenti
- dedicata ai dati strutturali

I risultati delle indagini sono stati pubblicati sul sito del PSR.

AREA A.4 - STRATEGIA WEB E SOCIAL MEDIA

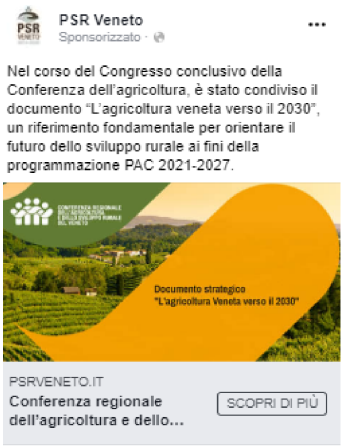
Output "a" > Campagne di digital marketing

Sono state realizzate n. 4 campagne digital con l'utilizzo di n. 3 output del PdC:

Promozione della Conferenza regionale dell'Agricoltura e dello Sviluppo rurale: la campagna è stata realizzata dal 21 giugno al 30 giugno 2019 attraverso la diffusione di 5 campagne Facebook AdS focalizzate sulla promozione, visibilità e

diffusione di video e materiali informativi relativi al Congresso conclusivo della Conferenza. La campagna ha previsto sponsorizzazioni per i seguenti prodotti:

- Diretta streaming dell'evento
- Pubblicazione documento strategico
- Video integrale
- Video "Le priorità dell'agricoltura veneta"
- Pubblicazione brochure



Promozione del concorso "Agricoltura, che Avventura!": la campagna è stata realizzata dal 7 ottobre al 28 novembre attraverso 8 campagne Facebook divise in 5 campagne traffico, 1 campagna interazioni e 1 campagna video views. La campagna ha previsto sponsorizzazioni per i seguenti prodotti:

- Annuncio fattorie
- Iniziativa di collaborazione PSR/Fattorie Didattiche
- Regolamento Concorso seconda edizione
- Video concorso
- Annuncio Giornata Aperta
- Racconto della Giornata Aperta
- Invito partecipazione e concorso
- Promemoria scadenza concorso

Promozione della Docuserie: la campagna è stata realizzata dal 15 ottobre al 30 ottobre attraverso la diffusione di 8 campagne di sponsorizzazione Facebook Ads divise in 2 campagne traffico e 6 campagne video views focalizzate sulla diffusione di video relativi alla Docuserie. La campagna ha previsto sponsorizzazioni per i seguenti contenuti:

- Trailer e Docuserie in generale
- Campagna UCI Cinema
- Puntata 1A
- Puntata 1B
- Puntata 2
- Puntata 3
- Puntata 4
- Puntata 5

Promozione dell'incontro di Partenariato svoltosi il 29 novembre 2019; la campagna è stata realizzata dal 9 ottobre al 6 dicembre. La campagna è stata suddivisa in due fasi distinte: nella prima è stata attivata una sponsorizzazione con obiettivo page like, mirata a raggiungere utenza estremamente profilata mentre nella seconda fase la campagna ha previsto la creazione di 1 gruppo di annunci con obiettivo traffico al sito. I contenuti sponsorizzati nella seconda fase sono stati:

- Annuncio - invito incontro
- Lancio video risultati
- Presentazione della Pubblicazione sui risultati-valutazione intermedia
- Lancio area Partenariato su sito PSR

All'attività di sponsorizzazione è stata affiancata un'attività di produzione contenuti testuali elaborati al fine di promuovere e aumentare la visibilità di Docuserie, Concorso e Incontro di Partenariato anche attraverso la promozione di materiali informativi.

Output "b" > Azione di posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca

Le azioni di posizionamento sui motori di ricerca rispondono alla logica della continuità e riprendono le strategie definite nell'annualità precedente.
Riguardo l'output in oggetto sono state realizzate n.5 azioni previste dal PdC mirate a consolidare e posizionare il sito web sui motori di ricerca. Nello specifico, sono state realizzate le seguenti azioni di posizionamento e ottimizzazione attraverso la progettazione e messa on line di:

- Sezione "dicono di noi"
- Landing page dedicata alla futura programmazione 2021-2027
- Un'azione di sviluppo della pagina Risultati con integrazione del motore di ricerca per tutta l'annualità.
- Nuova pagina Partenariato
- Azione SEM Google ADV articolata su 4 annunci tematici
    1. Pac post 2020
    2. Promozione ed effetti risultati PSR Veneto
    3. Partenariato
    4. Docuserie

Tra tutte si segnala la sezione del sito dedicata alla pubblicazione della press release relativa al PSR Veneto, che riporta le più significative menzioni e comparse sui media nazionali, regionali e locali sul PSR Veneto e attività ad esso correlate; e la nuova sezione dedicata al Partenariato articolata in:

- Welcome page
- Tavolo partenariato (contenuti: abstract + loghi partner + tool di ricerca interno)
- Scheda singolo partner (contenuti: logo partner, abstract, categoria, indirizzo, mail, telefono, sito e mappa)
- Partenariato generale (contenuti: Titolo, indirizzo, mail)
- Eventi del partenariato
- Form di contatto per verifica dati

- L'attività è stata ulteriormente integrata con la creazione di un digital kit distribuito sui canali del Psr Veneto e promosso tramite comunicazioni ad hoc.

Output "e" > Supporto alla pubblicazione (strumenti web regionali)

Per tutto il periodo in oggetto è stato assicurato il supporto continuativo alla gestione di contenuti dedicati agli strumenti web regionali anche grazie all'ausilio della risorsa Pomilio Blumm presente in house negli uffici regionali. Le attività come di consueto sono state condivise e comunicate con programmi di lavoro settimanali ai quali si rinvia per il dettaglio delle stesse. Per il periodo di riferimento il supporto ha riguardato (a titolo esemplificativo e non esaustivo) il monitoraggio e la predisposizione di schede relative ai partner soggetti del tavolo di partenariato per l'implementazione della sezione ad hoc del sito, ricerca articoli e notizie utili alla diffusione della newsletter.

Output "f" > Gestione continuativa contenuti e documenti (strumenti web del Piano)

Nel corso dell'anno sono stati integrati, implementati, gestiti e valorizzati gli strumenti di comunicazione digitale appositamente dedicati al PSR Veneto:

- il sito web **www.psrveneto.it**;
- 4 canali social: pagina ufficiale **Facebook**, profili **Twitter** e **Instagram**, canale **YouTube**.

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) nonché la pubblicazione di contenuti (testuali, documentali e multimediali) prodotti dall'AdG e dalle strutture istituzionali collegate o da soggetti terzi nel rispetto di un piano ed-toriale appositamente condiviso. Al termine dell'anno il sito web ha fatto registrare 66.365 sessioni e 45.618 utenti unici, per una media di 2.06 pagine per sessione. La gestione coordinata delle diverse attività di promozione attuate attraverso i canali social (cfr. Digital marketing) ha permesso di ottenere una redemption ottimale di comunicazione. Il canale Facebook gode di una community di 8181 likers e 8403 followers, ha totalizzato una media di copertura dei post (tra organici e payment) pari a 511.306, una media di visualizzazioni della pagina di 7.210 con 245.670 impression. Twitter ha una community di 735 follower con una media di visualizzazioni annue pari a 69.891,75 ed un tasso interazione dello 0,8% Instagram presenta al 31 dicembre 385 follower con 136 like di interazione.
L'attività di gestione continuativa oggetto dell'output ha riguardato il supporto di selezione, editing ed invio dei 4 sistemi di mailing mirato, ovvero le newsletter del PSR, le Comunicazioni al Partenariato, le Segnalazioni alla Rete SR2020 e le DEM Eventi, aggiornamento della sezione "Storie di sviluppo rurale". Durante il 2019 sono state inviate le seguenti comunicazioni:

- n.12 Newsletter
- n. 37 Comunicazioni al Partenariato
- n.34 Segnalazione alla Rete
- n.16 DEM

In dettaglio, il sistema di mailing mirato ha consentito di produrre e veicolare:
NEWSLETTER:

- Newsletter 1 - Gennaio 2019
- Newsletter 2 – Febbraio 2019
- Newsletter 3 – Marzo 2019
- Newsletter 4 - Aprile 2019
- Newsletter 5 – Maggio 2019
- Newsletter 6 – Giugno 2019
- Newsletter 7 - Luglio 2019
- Newsletter 8 - Agosto 2019
- Newsletter 9 - Settembre 2019
- Newsletter 10 - Ottobre 2019

- Newsletter 11 – Novembre 2019
- Newsletter 12 - Dicembre 2019

DEM

- DEM " Attiva la Consultazione on line della Conferenza" 15/01/2019
- DEM " Ancora 10 giorni per partecipare alla consultazione on line" 22/01/2019
- DEM " Ultimi 3 giorni per partecipare alla Consultazione on line" 29/01/2019
- DEM " Registrati alla Conferenza Regionale dell'Agricoltura – 21 giugno convegno conclusivo" del 28/05/2019
- DEM " Conferenza Regionale dell'Agricoltura – Programma Convegno conclusivo" del 05/06/2019
- DEM "Conferenza Regionale dell'Agricoltura – Ti aspettiamo domani" del 20/06/2019
- DEM " Conferenza Regionale dell'Agricoltura – Segui la diretta streaming" del 21/06/2019
- DEM "Questionario di valutazione del sito web PSR Veneto" del 18/09/2019
- DEM "Questionario di valutazione del sito web PSR Veneto" del 27/09/2019
- DEM "509 chilometri e 4 giorni di Press Tour - Grazie!" del 30/09/2019
- DEM Il sostegno alla competitività e gli altri risultati della Valutazione Intermedia del PSR del 18 novembre 2019
- DEM Incontro di Partenariato Il Valore del PSR Veneto. Risultati ed effetti nella prospettiva della PAC 2021 2027 del 6 novembre 2019
- DEM La Rete PAC 2030, Incontro informativo. Venerdì 10 gennaio del 27 dicembre 2019
- DEM Partecipa alla valutazione dei canali social del PSR del 12 dicembre 2019
- DEM Storie di sviluppo rurale. Il ringraziamento del PSR Veneto ai beneficiari del 8 ottobre e del 28 novembre 2019

COMUNICAZIONE AL PARTENARIATO

- Comunicazione n. 1 - "Linee guida misure: aggiornato il testo coordinato" 14/02/2019
- Comunicazione n. 2 - "NetworX: evento per i dieci anni della Rete Rurale Europea" del 18/02/2019
- Comunicazione n. 3- "Modifiche ai bandi PSR aperti: le principali novità" 01/03/2019
- Comunicazione n. 4 - " Aiuti di stato: aumenta a 25mila euro il sostegno agli agricoltori" 06/03/2019
- Comunicazione n. 5 -"Aiuti de minimis in agricoltura: massimale 20.000 euro o 25.000 euro?" 08/03/2019
- Comunicazione n. 6 - " Aiuti alle zone montane, allevatori custodi e interventi agroambientali" 22/03/2019
- Comunicazione n. 7- "Approvate modifiche e proroghe ai bandi PSR" 25/03/2019
- Comunicazione n. 8 - " Impegni agroambientali: il 15 maggio scadono i bandi di conferma per i pagamenti pluriennali" del 05/04/2019
- Comunicazione n. 9 - "Allevatori custodi e indennità per agricoltura di montagna: nuovi bandi PSR" del 10/04/2019
- Comunicazione n. 10- "Impegni ambientali e PSR: modifiche al regime di Condizionalità" del 18/04/2019
- Comunicazione n. 11 - "Bandi PSR (DGR 376/2019): più tempo per la presentazione della dichiarazione sostitutiva" del 03/05/2019
- Comunicazione n. 12 -" Criteri di selezione per le domande di aiuto del PSR Veneto: approvate le modifiche" del 13/05/2019
- Comunicazione n. 13 - " ERRATA - Impegni agroambientali e indennità in zona montana: proroga al 15 giugno per la presentazione[...]" del 15/05/2019
- Comunicazione n. 14 - "Obblighi di informazione beneficiari PSR: aggiornate le linee guida" del 04/06/2019
- Comunicazione n. 15 " Riduzione delle emissioni in agricoltura: aperto bando PSR da 4 milioni di euro" 05/06/2019
- Comunicazione n. 16 " Aggiornati alcuni dei criteri di selezione per i bandi GAL LEADER" del 14/06/2019
- Comunicazione n. 17 " Gestione del rischio (Misura 17): workshop a Legnaro (PD) il 5 luglio" del 20/06/2019
- Comunicazione al Partenariato n. speciale – "Questionario online "Comunicazione al Partenariato del PSR Veneto" del 10/07/2019
- Comunicazione al Partenariato n.18 – "PSR Veneto: pubblicati nuovi bandi per 26,2 milioni" del 11/07/2019
- Comunicazione al Partenariato n.19 – "Tempesta VAIA: prorogati i termini di esecuzione degli interventi forestali" del 16/07/2019
- Comunicazione al Partenariato n. speciale – "Questionario online "Comunicazione al Partenariato del PSR Veneto" del 30/07/2019

- Comunicazione al Partenariato n.20 - "Agricoltura, agroalimentare e foreste: pubblicati nuovi bandi PSR per 26,2 milioni" del 30/07/2019
- Comunicazione al Partenariato n. speciale – 5 agosto 2019 - – "Questionario online "Comunicazione al Partenariato del PSR Veneto" del 05/08/2019 Comunicazione al Partenariato n.21 – "Aree interne del Veneto: aperti bandi per 8 milioni di euro" del 19/08/2019
- Comunicazione al Partenariato n.22 – "Un anno in più per concludere gli interventi forestali e ambientali ostacolati dalla tempesta Vaia" del 21/08/2019
- Comunicazione al Partenariato n.23 – "Bandi PSR, approvate modifiche ai testi" del 26/08/2019
- Comunicazione al Partenariato n.24 – "Investimenti forestali, in scadenza bandi per 4,5 milioni di euro" del 30/08/2019
- Comunicazione al Partenariato n.25 – "Aggiornate le Linee guida misure del PSR Veneto" del 3/09/2019
- Comunicazione al Partenariato n.26 - "Relazione finale della Conferenza regionale dell'Agricoltura", del 09/09/2019
- Comunicazione al Partenariato n.27 – "Verso la nuova PAC: nel sito PSR disponibili video, documenti e risorse utili" del 11/09/2019
- Comunicazione al Partenariato n.28 – "Partecipa all'indagine sul sito del PSR Veneto" del 20/09/2019
- Comunicazione al Partenariato n. 28 (progressivo 29) dell'11 ottobre 2019 - 2a edizione del concorso "Agricoltura, che avventura!"
- Comunicazione al Partenariato n.29 (progressivo 30) del 15 ottobre 2019 - Pubblicata la Relazione annuale di attuazione 2018 del PSR Veneto
- Comunicazione al Partenariato n.30 (progressivo 31) del 16 ottobre 2019 - Il PSR approda nei cinema del Veneto con la Docuserie "Storie di sviluppo rurale"
- Comunicazione al Partenariato n.31 (progressivo 32) del 20 novembre 2019 - Bandi PSR approvata integrazione finanziaria di 1.9 milioni di euro
- Comunicazione al Partenariato n.32 (progressivo 33) del 4 dicembre 2019 - Nuova area partenariato nel sito www.psrveneto.it
- Comunicazione al Partenariato n.34 (progressivo 34) del 27 dicembre 2019 - La copertura dei media nazionali e locali sul PSR Veneto

SEGNALAZIONI ALLA RETE

- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 1 del 15/01/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 2 del 14/02/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 3 del 18/02/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 4 del 06/03/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 5 del 08/03/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 6 del 22/03/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 7 del 25/03/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 8 del 05/04/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 9 del 10/04/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 10 del 18/04/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 11 del 03/05/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 12 del 13/05/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 13 del 15/05/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 14 del 20/05/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 15 del 05/06/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 16 del 14/06/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 N. 17 del 20/06/2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.18 del 11/07/2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.19 del 16/07/2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.20 del 30/07/2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.21 del 12/08/2019

- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.22 del 19/08/2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.23 del 21/08/2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.24 del 3/09/2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 n.25 del 05/09/2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.26 del 09/09/2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.27 del 11/09/2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.28 del 24/09/2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.28 (progressivo 29) del 10/10/2019
- Segnalazione alla rete SR 2020 n.29 (progressivo 30) del 15 ottobre 2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.30 (progressivo 31) del 16 ottobre 2019
- Segnalazione alla Rete SR 2020 n.31 (progressivo 32) del 20 novembre 2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 n.32 (progressivo 33) del 4 dicembre 2019
- Segnalazione alla Rete SR2020 n.33 (progressivo 34) del 27 dicembre 2019

AREA A.5 - CAMPAGNE PUBBLICITARIE

Le campagne pubblicitarie realizzate nell'annualità di riferimento rappresentano azioni a supporto di iniziative di coinvolgimento e partecipazione, con una caratterizzazione specifica sull'attivazione della conoscenza. Si caratterizzano per un taglio promo-informativo, capace di sensibilizzare attraverso i contenuti e attrarre con un trattamento visivo funzionale al messaggio, ma con un'ottica narrativa specifica sulla base delle esigenze conoscitive e competenze di specifici segmenti di target.
Sono state realizzate:

- 2 campagne dedicate alla cittadinanza, con particolare riferimento alla docuserie e ai Risultati del PSR Veneto (n. 2 output a)
- 1 campagna dedicata ai beneficiari, dedicata alla promozione dei I Dialoghi del PSR 2018 (n.1 output b)
- 1 campagna dedicata all'evento di chiusura della Conferenza regionale dell'Agricoltura e Sviluppo (n. 1 output c).

Output "a" > Campagne pubblicitarie dedicate alla cittadinanza

Sono state realizzate n. 2 campagne dedicate alla cittadinanza.

La prima campagna è stata realizzata nei cinema rivolta alle famiglie e ai cittadini del Veneto con l'obiettivo di far conoscere il Programma di Sviluppo rurale attraverso i suoi casi di successo e l'uscita della docuserie "Storie di sviluppo rurale". La promozione ha previsto la diffusione nel circuito UCI cinema e TheSpace Cinema (Marcon, Mestre, Verona, Lugagnano, Silea, Torri di Quartesolo, Limena), ed in particolare su 80 schermi, dal 17 al 30 ottobre, attraverso un video trailer da 120" – proiettato nello spazio pubblicitario pre-film.

Creatività del video trailer
https://www.youtube.com/watch?v=E73cUVOrNvA

La seconda campagna è stata articolata in due momenti conseguenti: uno volto alla promozione dell'evento di Partenariato dedicato ai risultati intermedi della programmazione tenutosi il 29 novembre 2019 a Legnaro (PD), l'altro per la diffusione della Relazione sulla valutazione intermedia presentata nel corso dell'incontro. La campagna è stata realizzata attraverso la diffusione di 2 banner web tematici animati sulle principali testate di giornali on line di informazione della Regione Veneto e attraverso la produzione di speciali televisivi dedicati all'evento (29/11/2019) sulle emittenti di riferimento. Queste ultime sono state selezionate in base all'audience e alla correlazione con la provincia in cui si è tenuto l'evento.

Creatività banner animati per la campagna web "Risultati del PSR Veneto"

Investimenti per
2.744
AZIENDE AGRICOLE E FORESTALI
1
Risparmiati
4,6 milioni
DI MC3 D'ACQUA
2
RISULTATI ED EFFETTI DEL PSR VENETO
NELLA PROSPETTIVA DELLA NUOVA PAC
Guarda il video
3
PSR VENETO 2014-2020

1.100
GIOVANI AGRICOLTORI INSEDIATI
1
Gestione sostenibile di
99.257
ETTARI
DI SUPERFICIE AGRICOLA
2
RISULTATI ED EFFETTI DEL PSR VENETO
NELLA PROSPETTIVA DELLA NUOVA PAC
Scarica la pubblicazione
3
PSR VENETO 2014-2020

Output "b" > Campagne pubblicitarie dedicate ai beneficiari

Nel quarto trimestre 2019 è stata realizzata una campagna banner per promuovere l'uscita della docuserie, attraverso i canali online della stampa locale (Gazzettino, Arena, Il Giornale di Vicenza, Il Mattino di Padova, La Tribuna di Treviso, La Nuova di Venezia e Mestre, il Corriere delle Alpi). La campagna è stata realizzata per 2 settimane dal 21 Ottobre 2019

Creatività banner animati per la campagna web "Docuserie Storie di Sviluppo rurale"

Ouput c)> Campagna pubblicitaria: Conferenza dell'Agricoltura

La Conferenza dell'Agricoltura è stata accompagnata da un piano di promozione e pubblicità differenziato in modo da aver la maggiore diffusione possibile e da raggiungere il maggior numero di utenti in target.
È stata realizzata una campagna articolata in:

- n. 3 speciali TV di 3 minuti sulle emittenti con maggiore copertura in termini di audience (Canale Italia, Antenna Tre, Rete Veneta)
- n. 1 Uscita stampa formato 16 moduli su il Gazzettino
- n. 5 giorni di campagna banner con formato banner box (dal 17 giugno al 21 giugno) su Gazzettino.it, l'Arena.it, IlGiornalediVicenza.it, IlMattinodiPadova.it, laTribunadiTreviso.it, laNuovaDiVeneziaeMestre.it, CorrieredellaAlpi.it

AREA A.6 - PUBBLICAZIONI E MATERIALI

Output "c" > Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari

A supporto degli eventi, sono stati prodotti n. 2 set composti dai seguenti materiali:

Shopper in cotone brandizzata con logo PSR Veneto, stampa a colori su un lato, distribuita durante gli incontri.
Caratteristiche tecniche

- Qtà: N. 1.500 shopper
- Colore: bianco
- Personalizzazione: logo a colori su un lato
- Tessuto: cotone

Penna USB della capacità massima di 4GB brandizzata con logo PSR Veneto distribuita durante gli incontri e il Comitato di Sorveglianza
Caratteristiche tecniche

- Qtà: N. 50 Pen drive personalizzate, per incontri e CdS.
- Tipologia: penna USB Twister
- Colore: arancio
- Personalizzazione: grafica a colori su un lato
- Spazio utile di archiviazione: 4GB

Penna a sfera in doppio colore brandizzata con logo PSR Veneto distribuita durante gli incontri e il Comitato di Sorveglianza
Caratteristiche tecniche

- Qtà: N. 1000 penne, per incontri e CdS.
- Tipologia: penna a sfera
- Colore: arancio e silver

- Stampa: 1 colore

Borraccia in alluminio arancio e nero con moschettone distribuita nel corso dell'incontro di partenariato
Caratteristiche tecniche
- Qtà: 500 borracce
- Tipologia: in alluminio inclusa di pratico moschettone
- Capacità: 400 ml, 66x145
- Colore: arancio e silver
- Stampa: 1 colore stampa UV

Cartellina portadocumenti in formato con fustella con imagine e logo PSR Veneto
Caratteristiche tecniche
- Qtà: 1000 cartelline
- Tipologia: porta documenti
- Fto: carta PO 300 gr. fustellata
- Stampa: 4 colori

Output "d" > Pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo

Le Avventure di Chicco è la raccolta di racconti e disegni elaborati dai bambini che hanno partecipato all'edizione 2018 del concorso "Agricoltura, che Avventura!" distribuita in oltre 500 copie in occasione degli eventi "Raccontiamo la Salute" della Regione e "Quale Idea" di Arpav.
Caratteristiche tecniche
- Obiettivo: diffondere il PSR Veneto attraverso i racconti dei bambini
- Contenuto: raccolta di tutti i materiali prodotti dai partecipanti al concorso 2018 racconti e disegni.
- Qtà: N. 1200 Booklet "Raccolta delle storie di Chicco"
- Fto: interno foliazione di n.68 pagine + copertina
- Stampa: 4+4 su carta uso-mano di 100 gr. foliazione interna + 170 gr per la copertina,
- Rilegatura: punto metallico.

Il factsheet è stato utile per diffondere le fasi dei lavori correlati alla Conferenza dell'agricoltura e valorizzare il ruolo del partenariato.

Caratteristiche tecniche

- Obiettivo: Rendere trasparente il processo di definizione dei risultati della Conferenza dell'agricoltura attraverso il processo di consultazione pubblica
- Contenuto: Fasi del processo di consultazione pubblica
- Qtà: N. 350 brochure
- Formato: Factsheet 12 pagine, A4 verticale - Carta patinata opaca 130 gr
- Stampa: 4+4 colori b/V su carta patinata opaca 250 gr
- Rilegatura: punto metallico.

Il rapporto divulgativo della valutazione intermedia del PSR 2014-2020 è una pubblicazione di carattere informativo che ha come obiettivo quello di diffondere in maniera chiara i risultati del rapporto intermedio di valutazione.

Caratteristiche tecniche

Obiettivo: rendere fruibili e di immediata comprensione i risultati della valutazione intermedia

Contenuto: sintesi del rapporto intermedio di valutazione del valutatore indipendente

Qtà: 500 pezzi

Fto: 72 pagine + 2 copertina

Formato: Magazine, 206x285 cm, stampa a colori su carta 130gr e Copertina 250gr. A colori con plastificazione opaca e rilegatura in brossura

AREA A.7 - UFFICIO STAMPA E PUBBLICHE RELAZIONI

Quest'area include le attività di media relations del Piano alcune delle quali hanno natura puntuale e si esauriscono con la fornitura del relativo output mentre la restante parte configura un servizio di tipo continuativo, tipico del supporto di ufficio stampa, i cui output sono prodotti a cadenza periodica, cumulandone le evidenze.

Output "b" > Comunicati stampa

La diffusione di appositi comunicati stampa facilita il coinvolgimento e la sensibilizzazione dei media circa le attività promosse ed organizzate nell'ambito della promozione degli eventi e/o delle attività del PSR.

Nel corso del 2019 sono stati prodotti n. 8 comunicati stampa:

- n.1 per promuovere l'evento di Premiazione del Concorso dedicato agli Istituti agrari del Veneto del 14 maggio 2019
- n.1 per promuovere l'esito del comitato di Sorveglianza del 11/12 giugno 2019
- n.1 per la diffusione del press tour (24-26 settembre 2019) "Alla scoperta dello sviluppo rurale del Veneto, attraverso sei realtà significative finanziate dal FEASR – Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale".

- n.1 per promuovere la seconda edizione del concorso "Agricoltura, che Avventura!" e per promuovere la giornata aperta delle fattorie didattiche del 13 ottobre 2019
- n.1 per promuovere la docuserie "L'agricoltura del Veneto si racconta con una serie di cinque puntate" e la relativa campagna di promozione nei cinema dal 17 al 30 ottobre 2019
- n.1 per promuovere il concorso di idee (dal 1 novembre 2019 al 7 febbraio 2020) in collaborazione con gli istituti agrari veneti "Torna il concorso di idee innovative per l'agricoltura rivolto agli studenti agrari veneti"
- n.1 per promuovere l'incontro di Partenariato "Il valore del PSR Veneto. Risultati ed effetti nella prospettiva della PAC 2021-2027" del 29 novembre 2019
- n.1 per azione di newsmaking "Europa – Italia" La Repubblica (I pezzo)

Output "d" > Cartelle stampa

Nel corso dell'annualità sono state prodotte n. 2 cartelle stampa.

- n.1 a supporto del press tour 23-26 settembre 2019 composta da:
  - Comunicato stampa
  - Scheda sulle tappe del press tour
  - Scheda sul programma di sviluppo rurale
  - Scheda di approfondimento sulle politiche agricole e di sviluppo
  - Scheda sulla comunicazione del PSR Veneto

- n.1 a supporto dell'incontro di partenariato che si è tenuto il 29 Novembre 2019 presso la Corte Benedettina a Legnaro (PD) composta da:
  - Comunicato stampa
  - Scheda su Sviluppo territoriale equilibrato
  - Scheda su Sostenibilità
  - Scheda su Competitività
  - Scheda su Comunicazione del PSR

Output "e" > Supporto ufficio stampa eventi PSR

L'attività di ufficio stampa, continuativa e rappresentativa del sistema informativo del Programma, è stata predisposta a supporto degli eventi realizzati nel corso dell'annualità. Sono state rilasciate n. 8 giornate di supporto da parte degli addetti stampa inclusi nel gruppo di lavoro:

- 11-12 giugno 2019 – Comitato di Sorveglianza
- 21 giugno 2019 – Conferenza dell'Agricoltura
- 23-26 settembre 2019 – Press Tour
- 29 novembre 2019 - Incontro di partenariato

Output "f" > Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali

Sono state registrate n. 28 uscite, nel corso del 2019, suddivise in:

- n. 2 Uscite Comunicazione al Partenariato
- n. 11 Uscite da Comunicati stampa diffusi
- n. 2 Uscite da Comitato di Sorveglianza
- n. 5 Uscite da azioni di newsmaking e media relation
- n. 8 Uscite da Press Tour

Output g) Servizio di rassegna stampa e web

È stata realizzata un'analisi della rassegna stampa al fine di poter conoscere il livello di presenza e notiziabilità del PSR Veneto sugli organi di informazione. I pezzi che compongono la rassegna stampa 2019 risultano essere pari a 136 uscite.

Output h) Press Tour

È stato organizzato e promosso il press tour dedicato a rappresentanti di media di carattere nazionale e regionale. Il "Press Tour PSR Veneto 2019" è stato promosso dalla Direzione ADG FEASR e Foreste della Regione del Veneto e nasce per far

conoscere alcuni tra i progetti più significativi realizzati con il contributo del PSR - Programma di Sviluppo Rurale. Il tour è stato strutturato in 3 giornate, dal 23 al 26 settembre, articolate in momenti di approfondimento sulle tematiche, esperienze di visita a sei aziende selezionate tra i beneficiari del PSR 2014-2020, momenti enogastronomici, pernottamento in strutture significative per tipologia e correlazione con il Programma di sviluppo rurale.
Il Press Tour ha consentito di contestualizzare i risultati e gli effetti del PSR conducendo gli operatori dell'informazione a considerare gli aspetti significativi e positivi sostenuti dal programma e l'impatto con le realtà umane oltre che aziendali che lo caratterizzano. Gli obiettivi che hanno guidato il press tour sono stati:

- Valorizzare il PSR e lo Sviluppo Rurale
- Valorizzare l'uso dei fondi/programmi europei
- Sensibilizzare allo sviluppo "sostenibile"

L'iniziativa ha avuto una forte risonanza mediatica sia a livello nazionale con la pubblicazione di articoli su portali quali Ansa e La Repubblica oltre che regionale con la pubblicazione di articoli su portali quali Il Mattino di Padova e blog del settore indipendenti. Tra i più importanti si segnalano gli articoli pubblicati su "La Repubblica" e su "Ansa"; nel dettaglio:

- L'agricoltore di novembre. Orto Veneto, fondi Ue per la coltivazione bio dell'asparago verde – Ansa – 22.11.2019
- Vino: Veneto custode del Jurassic Park delle uve – Ansa – 08.11.2019
- L'agricoltore di ottobre. Carlo Finotello, i fondi Ue per investire in Veneto – Ansa – 17.11.2019
- Dai trattori sui trampoli a primizie, Veneto fa innovazione – Ansa – 08.11.2019
- Innovazione, competitività, sostenibilità e sviluppo: così rinasce il settore agricolo in Veneto – la Repubblica – 09.12.2019
- Dal Sudamerica al Veneto: la rivoluzione conservativa di Anna Trettenero per un'agricoltura ecosostenibile – la Repubblica – 15.12.2019
- Piante officinali per il pet-food gourmet: la ricetta "segreta" di un'azienda del Veneto – la Repubblica – 20.12.2019
- Investire in agricoltura per aiutare il sociale: il circolo virtuoso di Lorenzo Bano – la Repubblica – 24.12.2019

Parallelamente, il Press Tour ha avuto risonanza a livello regionale con la pubblicazione dei seguenti articoli:

- Le borracce del PSR e le priorità ambientali dello sviluppo rurale – Il Mattino di Padova – 06.12.2019
- Tenuta Planitia, il Veneto promuove innovazione e sviluppo rurale per la biodiversità – Turismo del Gusto
- Sant'Erasmo e Tenuta Planitia, due case history di agricoltura ecosostenibile. Il sostegno del Psr – Il Mattino di Padova – 14.10.2019

AREA A.8 - EVENTI, INCONTRI E SEMINARI

Output a) Incontro di partenariato

Obiettivo: fare il punto sul PSR Veneto attraverso i primi risultati emersi dell'attività di valutazione intermedia. Il target di riferimento dell'evento è stato il Partenariato e gli operatori del settore

- Data: 29 novembre 2019

- Titolo: "Il valore del PSR Veneto: risultati ed effetti nella prospettiva della PAC"
- Luogo: Corte benedettina Legnaro - Padova.
- Tipologia: Incontro di partenariato
- Durata: 9.30-13.30
- Partecipanti: 171 appartenenti al partenariato, alle aziende agricole e ai tecnici del settore

Output "a-b-c" > Conferenza Regionale dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale

Obiettivo: fare il punto sulla Politica agricola regionale verso la PAC Post 2020 attraverso i contributi della consultazione pubblica e favorire un'ampia condivisione del documento "L'agricoltura veneta verso il 2030" e delle priorità strategiche sulle quali orientare il futuro dell'agricoltura veneta. Il target di riferimento dell'evento è stato il Partenariato e gli operatori del settore

- Data: 7 giugno 2019
- Titolo: "Conferenza Regionale dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale" a Legnaro - Padova.
- Tipologia: Incontro di partenariato
- Durata: 9.30-13.30
- Partecipanti: 250 attori del sistema agricolo e rurale (appartenenti al partenariato, beneficiari, cittadinanza)

Output "b" > Comitati di Sorveglianza

Obiettivo: presentare lo stato di attuazione del Programma, i risultati del PdC e i risultati dell'indagine intermedia sui target. Inoltre, durante le visite aziendali, i rappresentanti della Commissione Europea e del Mipaaft hanno potuto osservare direttamente "sul campo" alcune tipologie di aiuto/investimento finanziato dal PSR nonché verificare l'apporto dell'aiuto del PSR nel quadro della gestione economico-finanziaria delle aziende visitate

- Data: 11-12 giugno 2019
- Programma: 11/06 Visita presso l'azienda Dal Pos a San Vendemiano (TV); Briefing di lavoro, cena e pernottamento al Resort Cà Del Poggio (TV); 12/06 avvio lavori CdS aperto nella mattina; pomeriggio visite a "Latteria di Soligo" a Soligo (TV); Società agricola "S. Silvestro"a Volpago del Montello (TV).
- Tipologia: Comitato di sorveglianza e visita alle aziende da parte della Commissione Europea e del Ministero delle politiche agricole e forestali
- Durata: 2 giornate (2 output)
- Partecipanti: 38 presenti al comitato di sorveglianza; 5 presenti alle visite (n. 3 Commissione, 2 MIPAAFT)

Output "e" > Eventi rivolti alla cittadinanza

L'output in oggetto è stato utilizzato come unico contenitore di più iniziative rivolte alle nuove generazioni del PSR Veneto. Il 2019 è stato un anno di continuità e consequenzialità delle iniziative avviate del 2018.

Agricoltura che avventura!

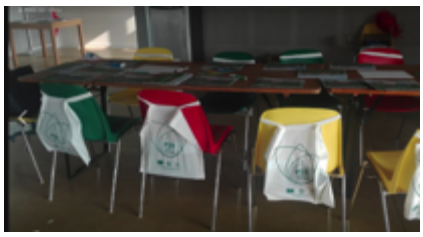
L'iniziativa aperta a tutti i bambini tra i 6 e i 10 anni, residenti in Veneto mira a far conoscere il PSR Veneto ai cittadini più piccoli individuando il target specifico nei bambini frequentanti le scuole elementari. La partecipazione al concorso è possibile attraverso l'invio di un disegno e di una storia che racconti le avventure di Chicco, mascotte del concorso. Il concorso è diviso in tre macroaree tematiche delle storie:

- Esplorando l'ambiente e la natura
- Scoprendo i segreti della buona agricoltura
- Assaporando le delizie della terra pura

A. **Agricoltura che avventura! Edizione 2018** - premiazione dei vincitori (32 elaborati ammessi, 3 vincitori e 3 menzioni speciali) e presentazione della raccolta degli elaborati prodotti presso la Fondazione La Biennale di Venezia.

B. **Agricoltura che avventura! Edizione 2019** - lancio concorso con scadenza 30 novembre 2019, organizzazione di 7 Laboratori didattici, uno per provincia, nell'ambito della "Giornata aperta delle Fattorie Didattiche" il 13 Ottobre 2019. Le Fattorie coinvolte sono state:
   - LA CONTARINA (Grantorto – PD)
   - DI FIORE IN FIORE (Calto – RO)
   - CORTE CAREZZABELLA (San Martino di Venezze – RO)
   - BORGOLUCE (Suseganta – TV)
   - BIOFATTORIA SOCIALE LA CASA DI ANNA (Zelarino – VE)
   - LA GENOVESA (Verona)
   - IL RIFUGIO DEI COLORI (Sarego – VI)

L'attività è stata finalizzata a coinvolgere i bambini nell'elaborazione di una storia e di un disegno per partecipare al concorso. L'obiettivo è stato favorire la massima diffusione e partecipazione al concorso, raccogliendo direttamente in Fattoria il maggior numero possibile di elaborati completi di autorizzazione da parte del genitore, ma anche stringere un legame con le Fattorie didattiche presenti sul territorio, nonché promuovere la collaborazione attiva all'interno della struttura Regionale tra le diverse strutture di competenza.



Il PSR per i giovani – Concorso di idee per gli Istituti Agrari del Veneto ed. 2018 e lancio 2019

Il PSR Veneto nell'ambito dell'iniziativa PSR per i giovani ha stipulato già nel 2018 una collaborazione con la Rete degli Istituti

Agrari (che ha portato alla partecipazione di 120 studenti), continuata poi nel corso del 2019 al fine di coinvolgere gli studenti degli istituti agrari delle classi quarte e quinte. L'iniziativa punta a sensibilizzare i giovani sulle tematiche del territorio, dell'ambiente e delle caratteristiche culturali, economiche e sociali dell'agricoltura e del sistema rurale del Veneto e sul ruolo svolto dall'Unione Europea, dallo Stato e dalla Regione per uno sviluppo rurale equilibrato e sostenibile.

A. "Il PSR per i giovani – Concorso di idee per Istituti agrari del Veneto" Edizione 2018 - premiazione vincitori, 3 vincitori e 2 menzioni speciali (evento di premiazione 14 maggio 2019 a Padova presso I.I.S Duca degli Abruzzi). Nel 2018 il concorso, alla sua prima edizione, ha visto il coinvolgimento di 120 studenti di 8 diversi istituti agrari e la presentazione di 21 proposte innovative

B. "Il PSR per i giovani – Concorso di idee per Istituti agrari del Veneto" Edizione 2019 – lancio concorso ed incontro con gli istituti agrari, presso l'Istituto Stefani-Bentegodi di Buttapietra (VR), il 18 ottobre 2019 con diretta streaming sul sito del PSR. La scadenza per presentare le proposte è fissata al 7 febbraio 2020. Per i vincitori sono previsti premi in buoni/voucher per l'acquisto di materiali e prodotti didattici e formativi.

Il PSR per I giovani – Bando di mobilità internazionale

Avvicinare gli studenti universitari al Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 e far conoscere le sue opportunità: questi gli obiettivi bando di concorso per la mobilità internazionale promosso dalla Regione Veneto – Direzione AdG Feasr, Parchi e Foreste, Autorità di gestione del PSR Veneto 2014-2020. Il bando, nel quadro dell'iniziativa "Il PSR per i giovani", prevede l'assegnazione di un contributo finanziario per la mobilità internazionale europea, che consisterà in un soggiorno all'estero finalizzato alla realizzazione di una tesi di laurea che presenti elementi di coerenza e funzionalità rispetto agli obiettivi perseguiti dal PSR Veneto 2014-2020. Il progetto ha sostenuto gli studenti universitari nella realizzazione di una tesi di laurea o tirocinio per il progetto di tesi in uno degli Stati membri dell'Unione europea, presso soggetti pubblici e privati (es: imprese, enti, istituti universitari o di ricerca, ecc.). Vincitori: Bonora Alberto– IUAV di Venezia per il suo viaggio nelle Cotswolds e Zambon Ludovica – Università Ca' Foscari di Venezia per I suoi viaggi a Bordeaux e a Strasburgo.

Incontri con Università Cà Foscari di Venezia

L'università Ca' Foscari di Venezia e, nello specifico, il dipartimento di Economia, è uno dei partner del PSR Veneto, inserita all'interno del tavolo di partenariato nella categoria "Istituzionale, autorità pubbliche e territoriali". Nell'ambito di questa iniziativa l'AdG ha proseguito con iniziative dirette focalizzate su PAC e PSR; le iniziative sono state svolte all'interno delle sale del Campus Ca' Foscari e hanno coinvolto gli studenti universitari attraverso corsi, laboratori e master. Nell'ambito di questa iniziativa, l'Adg ha proseguito con attività organizzate direttamente dalla Regione aprendo un canale preferenziale tra Adg e Università. Gli eventi hanno visto il coinvolgimento di circa 400 studenti. In particolare sono stati organizzati i seguenti eventi in collaborazione con l'Agenzia, oltre agli incontri con gli studenti:

- Corso Turismo agroalimentare
- Master Cultura Cibo e Vino
- Clab Food
- Corso Economia agraria
- Corso Economia agrarian comparata

AREA A.9 - PRODUZIONE MATERIALI MULTIMEDIALI E AUDIOVISIVI

Questa specifica area di attività del Piano riguarda l'ideazione, la produzione e la diffusione di materiali multimediali e audiovisuali nel rispetto degli standard qualitativi della flessibilità riproduttiva sui diversi media utilizzati nella comunicazione del Programma. I materiali prodotti, in base allo scopo che perseguono, sono rivolti ad uno specifico segmento di target.

Output "a" > Progetti audiovisuali (cittadinanza)

Conosci l'agricoltura europea?

Il game interattivo in formato domanda e risposta multipla implementato sul sito psrveneto.it ha un taglio informativo e un obiettivo competitivo-pedagogico e mira ad accrescere la conoscenza dell'agricoltura europea nell'utente.

Caratteristiche tecniche

- Tipologia: game interattivo
- Obiettivo: testare la conoscenza sull'agricoltura europea
- Durata: 6 domande a risposta multipla (3 modalità)
- Target: cittadinanza
- Taglio: informativo
- Leva: competitivo-pedagogica
- Diffusione: veicolato sul sito del PSR, durante l'incontro

con gli istituti agrari

Video risultati valutazione intermedia

I risultati della valutazione intermedia sono stati diffusi attraverso un video di infografica animata ; il video ha come obiettivo quello di divulgare i risultati della valutazione intermedia a tutti i cittadini.
Caratteristiche tecniche

- Tipologia: realizzato in infografica animata
- Obiettivo: diffondere la conoscenza dei risultati del PSR del veneto
- Durata: 4.57 minuti
- Target: cittadinanza
- Taglio: informativo
- Stile: grafico-animato
- Diffusione: veicolato sul sito del PSR, canali social, incontro di partenariato, campagna pubblicitaria

Output "c" > Video relativi a contenuti del PSR

Nel periodo sono stati realizzati e diffusi n. 12 output, in dettaglio:

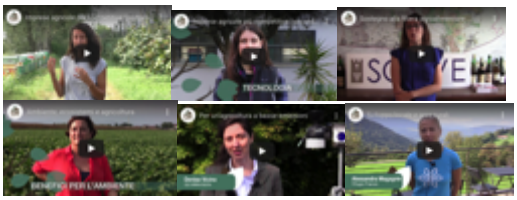
Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - trailer docuserie

"Storie di sviluppo rurale" è la rubrica che racconta le storie di beneficiari; il video grazie al taglio emozionale racconta come i beneficiari hanno impiegato i fondi ricevuti dal Programma. Il video si divide in due diversi momenti: il trailer, che si rivolge ai cittadini, al partenariato, ai beneficiari e potenziali tali, e racconta in breve quelli che saranno i temi trattati all'interno delle puntate. e le puntate ,dedicate ognuna ad una storia di un beneficiario del PSR .
Caratteristiche:

- Format: realizzato montaggio video e fotografico con inserti di animazione grafica e infografiche animate
- Target: cittadini Veneti, partenariato, beneficiari e potenziali beneficiari
- Taglio: emozionale
- Oggetto: storie di successo di tutti i beneficiari del programma PSR.
- Tipologia: docuserie
- Diffusione: canali social, eventi

Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro Nel corso del 2019 sono stati prodotti n.7 video (di cui n.1 trailer)

- puntate



relativi alla docuserie:

- **Trailer**
- **Puntata 1.1** (Priorità 2) - focalizzata sul potenziamento della competitività delle aziende agricole
- **Puntata 1.2** (Priorità 2) - dedicata all'insediamento dei giovani agricoltori e alla diversificazione delle attività
- **Puntata 2** (Priorità 3) - volta a raccontare l'organizzazione della filiera alimentare
- **Puntata 3** (Priorità 4) - dedicata alla valorizzazione degli ecosistemi connessi all'agricoltura e alla silvicoltura
- **Puntata 4** (Priorità 5) - volta ad incentivare l'uso efficiente delle risorse e il passaggio a un'economia a basse emissioni di CO2.
- **Puntata 5** (Priorità 6) - dedicata all'inclusione sociale, la riduzione della povertà e lo sviluppo economico nelle zone rurali.

Video risultati 2018 per CdS

I risultati per il Comitato di Sorveglianza sono stati progettati e divulgati attraverso un video di infografica animata diffuso attraverso i canali social e in occasione del Comitato di Sorveglianza 2019

Caratteristiche

- Format: realizzato in infografica animata
- Oggetto: principali risultati realizzati dal PdC nel 2018
- Durata: 4.18 minuti
- Target - Comitato di Sorveglianza, Cittadini Veneti, partenariato, beneficiari e potenziali beneficiari
- Diffusione - canali social, CdS 2019

Video Conferenza dell'Agricoltura

Il futuro del sistema agricolo veneto nelle priorità strategiche definite e condivise nel corso della Conferenza dell'Agricoltura viene illustrato in un video con montaggio misto tra video, foto e infografiche animate. L'obiettivo è quello di raccontare la Conferenza attraverso un taglio emozionale ed evocativo.

Caratteristiche

- Format: realizzato montaggio video e fotografico con inserti di animazione grafica e infografiche animate
- Durata: 1.43 minuti
- Taglio: emozionale ed evocativo
- Target: partenariato, beneficiari, cittadinanza
- Diffusione: sito web PSR, canali social, campagna digital di sponsorizzazione Facebook, Conferenza dell'agricoltura seminario conclusivo

Video Risultati PdC 2019

I risultati dell'indagine intermedia condotta nel 2019 sugli impatti del Piano di Comunicazione su beneficiari, cittadini e portatori di interesse sono stati diffusi attraverso un video costruito attraverso un montaggio misto video, di foto e infografiche animate. Il taglio è prettamente informativo e l'obiettivo è quello di far conoscere i risultati dell'indagine condotta sui 3 target del PSR e di aumentare l'awareness nei confronti del PSR Veneto da parte di chi non conosce il Programma e di costruire un rapporto di fiducia con chi ne è già entrato in contatto.
Caratteristiche

- Format: realizzato montaggio video e fotografico con inserti di animazione grafica e infografiche animate suddiviso in 3 pillole focalizzate sui principali target
- Durata: minuti 3.26 Beneficiari; 2.32 Cittadini; 1.54 Portatori di interesse
- Taglio: informativo
- Target: partenariato, beneficiari, cittadinanza
- Diffusione: sito web PSR, canali social, Comitato di Sorveglianza

Si segnala che 2 output sono stati contabilizzati per la valorizzazione economica delle riprese video delle interviste realizzate nell'annualità finalizzate al completamento del DB di Best practices.

Output "d" integrativo > Iniziativa multimediale promozionale speciale PSR

A fine 2019 è stata lanciata la challenge #DIARIDELLATERRA, un'iniziativa multimediale in collaborazione con IGERSItalia.
Si tratta di una competizione rivolta agli utenti di Instagram (Igers) – veneti e non – per invitare a scoprire il Veneto e, in particolare, i suoi aspetti rurali.
Obiettivo della challenge, oltre a quello di aumentare la conoscenza delle iniziative promosse dal PSR è quello di aumentare l'awareness degli utenti nei confronti dei canali social del PSR del Veneto.
La scelta del canale Instagram da un lato risponde alle tendenze della comunicazione attuale che lo posizionano al centro degli interessi delle nuove generazioni, dall'altro per stimolare gli appassionati di fotografia a contribuire al racconto del territorio rurale veneto mettendone in risalto paesaggi, tradizioni, innovazioni e attività. A livello trasversale questa iniziativa consentirà di aumentare la notorietà del canale @psrveneto e la community di riferimento.
Gli hastag utilizzabili per il contest sono:
#paesaggiveneti
#ambiente
#prodottitipici
#coltivazioneallevamenti
#operatoriveneti
#agricolturainnovativa
#tradizionivenete

Alla fine della challenge sarà prodotto un Instabook digitale che raccoglierà le foto migliori che hanno partecipato al concorso.

2.4 - Criticità, problematiche e soluzioni adottate

Il piano 2019 non ha presentato importanti criticità, ma è possibile segnalare alcuni elementi sensibili sui quali porre particolare attenzione con azioni mirate al fine di migliorare l'impatto del PdC nel triennio futuro creando una "lesson learned".

Si segnala una difficoltà riscontrata nelle relazioni con il partenariato. Il Piano annuale ha dedicato un maggior spazio e attenzione a questo target, in maniera superiore e più attenta rispetto al passato. Peraltro, malgrado gli sforzi profusi, in ciascuna iniziativa realizzata si è registrata una capacità di reazione e una risposta alle sollecitazioni piuttosto limitata.

In questo senso, gli incontri rivolti al partenariato PSR hanno sollecitato riflessioni su alcuni aspetti che riguardano non solo questioni direttamente collegate all'informazione e alla comunicazione, ma anche temi che toccano in qualche misura la programmazione e il ruolo del partenariato.

Al di là di una bassa partecipazione registrata di alcune categorie come ad esempio le Associazioni Ambientaliste (cfr. Conferenza dell'Agricoltura e Incontro di Partenariato) o alcune Università del territorio (cfr. Bando di mobilità internazionale), a fronte del diversificato set di strumenti predisposti, oggi la situazione dell'informazione e della comunicazione fra Amministrazione e Partenariato PSR è prevalentemente unidirezionale e non denota un interscambio funzionale ad entrambi i soggetti.

L'esperienza realizzata nel 2019 rappresenta quindi il punto di partenza per la definizione del coinvolgimento del Partenariato in un processo culturale di confronto sistematico e produttivo.

Il partenariato è un target molto complesso e prismatico nella sua composizione, e spesso vi è il dubbio che non tutti i soggetti siano consapevoli del loro ruolo di compartecipe delle politiche di sviluppo rurale. Il tentativo intrapreso dal PdC nel realizzare una vetrina del partenariato ha voluto rispondere proprio a questa necessità.

L'idea di realizzare un workshop collaborativo sulla gestione della comunicazione del PSR potrebbe essere un'occasione utile per aprire un dialogo con pochi attori chiave e avviare un processo di costruzione di una rete più forte e stabile con il Partenariato.

Per aumentare la partecipazione del partenariato agli eventi si propone di puntare sull'attrattività dei temi (es.: risultati, futuro, ecc.)e puntare sul prestigio dei relatori (rilevanza istituzionale, competenza specifica, reputazione e importanza della rappresentatività economico e sociale, ecc.).

3. Stato di avanzamento

3.1 Valutazione dello stato di realizzazione e avanzamento esecutivo

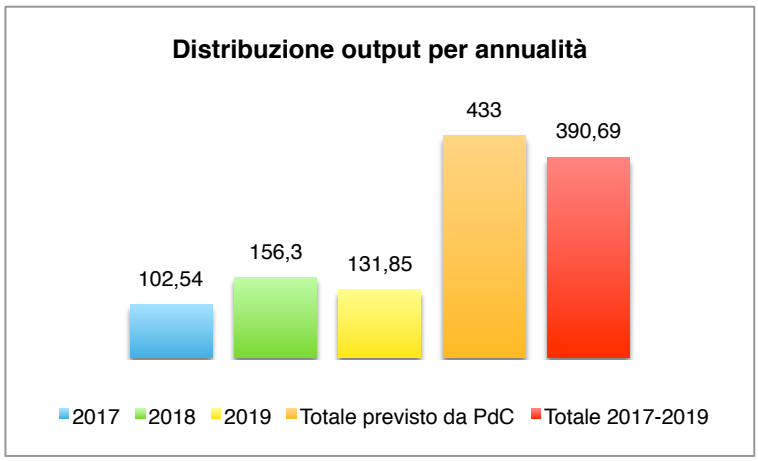
Come già accennato, il Piano di Comunicazione pluriennale del PSR Veneto 2014-2020 (PdC) si contraddistingue per la sua estrema articolazione che è funzionale alla eterogeneità delle tipologie di azioni necessarie alla sua attuazione.
Esso prevede infatti 48 tipologie di output e 81 tipologie di attività, raggruppate in 9 aree omogenee dal punto di vista della natura e della funzionalità, che sono finalizzate al conseguimento di 433 output complessivi da realizzare. Nel corso del 2019, come già detto, sono stati rilasciati 131,85 output in linea con la pianificazione attuativa del PdC.

Sul piano più generale, in termini di avanzamento rispetto all'orizzonte esecutivo complessivo del Piano, che copre un periodo di 3 anni compreso tra l'aprile del 2017 e il corrispondente mese del 2020, il giudizio nei confronti delle attività svolte nella terza annualità è certamente positivo, sia in termini di rispondenza che di effettività traduzione attuativa pro-quota del PdC. Questa valutazione è basata sui seguenti elementi oggettivi: diversi indici di avanzamento complessivi, in aggiunta ai dati rilevati dal sistema di monitoraggio per i quali si fa rinvio all'Allegato A - REMA 2019 al presente report, considerati in raffronto al valore di avanzamento cronologico effettivo dell'intero periodo oggetto del PdC, confermano che l'avanzamento del Piano può considerarsi adeguatamente in linea, a livello puramente quantitativo:

- gli output rilasciati rappresentano il **30,45% del totale di quelli fissati dal PdC e il 75,70%** del totale di quelli fissati dal **PdA 2019-2020**;
- l'impiego delle risorse umane del Gruppo di lavoro nel 2019 è pari al **26,63% del totale previsto** sul piano economico complessivo, con un avanzamento **dell'89%** delle risorse umane nel triennio.
- fra il 2017 e il 2019 sono state implementate attività che hanno complessivamente prodotto **390,69 output** che porta l'indicatore di realizzazione a oltre il **90% dei 433 output totali** previsti dal Piano di Comunicazione a valenza pluriennale.

Nel 2019 si sono potute impegnare tutte e dodici le mensilità (rispetto alle 8 del 2017 e alle 4 previste per il 2020) e avviare nuove iniziative che hanno prodotto output integrativi. Il 2019 si conclude con la realizzazione nell'anno di oltre **131,85 output**. L'annualità 2019 è stata caratterizzata da un aumento degli output da Piano determinato dall'inserimento di output integrativi funzionali all'azione di comunicazione del PdC: si è passati da 424 a 433 output complessivi. Di seguito proponiamo un'analisi area per area dell'avanzamento degli output nel triennio.

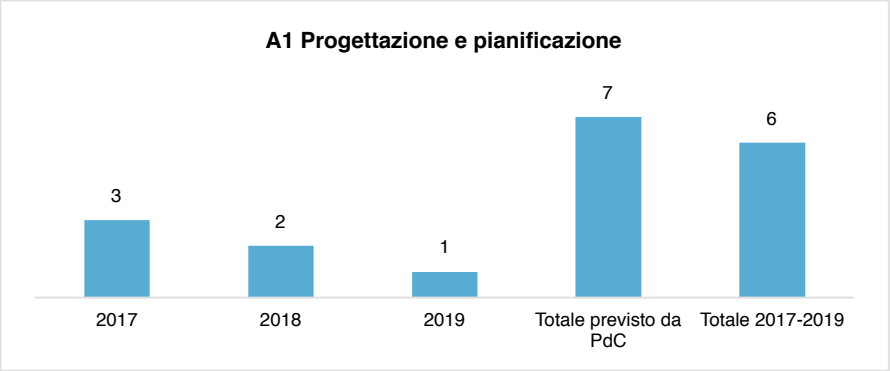
Piano di Comunicazione PSR 2014-2020 del Veneto: numero di output complessivamente realizzati distinti per anno.



Area A.1. "Progettazione e pianificazione"

Riguarda le attività annuali di elaborazione programmatica e di pianificazione esecutiva da parte dell'Agenzia affidataria del servizio, con particolare riferimento all'aggiornamento del Piano di Comunicazione a valenza pluriennale (PdC) e all'elaborazione del Piano annuale del 2019. Il bilancio complessivo del biennio 2017-2019 vede quest'area raggiungere i 6 output che, rispetto ai 7 previsti dal Piano di Comunicazione a valenza pluriennale corrisponde a uno **stato di avanzamento** del 85,7%. Dall'area 1 residua l'output integrativo "Report di quality assessment" la cui consegna è fissata al 2020.

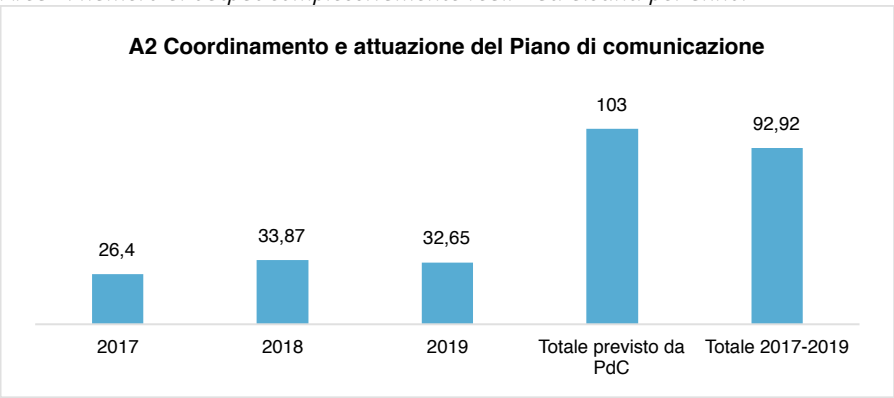
Area 1: numero di output complessivamente realizzati distinti per anno.



Area A.2. "Coordinamento e attuazione del Piano di comunicazione"

Nel biennio 2017-2019 sono stati complessivamente realizzati **92,92 output**. Nelle tre annualità si registra un regolare avanzamento. Facendo infine riferimento ai 103 output totali previsti per quest'area dal Piano di comunicazione a valenza pluriennale, lo **stato di avanzamento** al 2019 è pari al 90,2%.

Area 2: numero di output complessivamente realizzati distinti per anno.

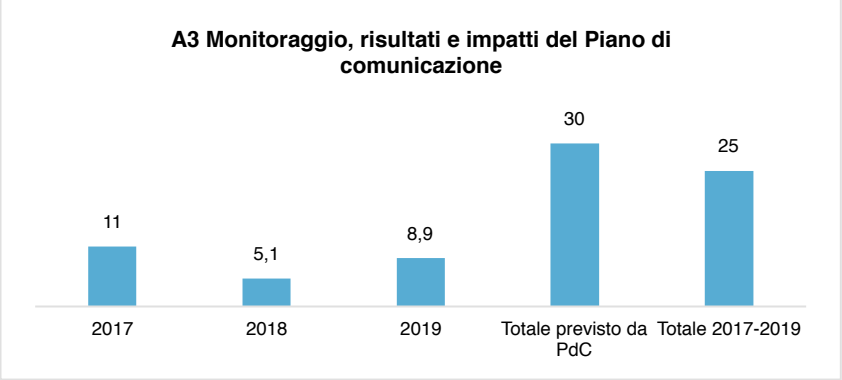


Area A.3. "Monitoraggio, risultati e impatti del Piano di comunicazione "

Nel biennio 2017-2019 sono stati complessivamente realizzati 25 **output**. Nel 2017, le attività dell'area A3 hanno registrato un maggior rilascio essendo stato completato il set degli indicatori (cui sono attribuiti n.8 output), oltre alla reportistica trimestrale prevista. Nel 2018 è stato computato oltre alla reportistica trimestrale, anche la relazione annuale 2017, sulla base di quanto indicato nel Quadro armonizzato delle scadenze. Nel 2019 sono stati rilasciati, oltre alla reportistica trimestrale ed annuale prevista, 3 dei 4 output integrativi relativi alle indagini specifiche sugli strumenti del Piano e l'indagine intermedia.

Facendo infine riferimento ai 30 output totali previsti nel PdC 2019 per quest'area dal Piano di comunicazione a valenza pluriennale, lo **stato di avanzamento** al 2019 è pari al 83,3%.

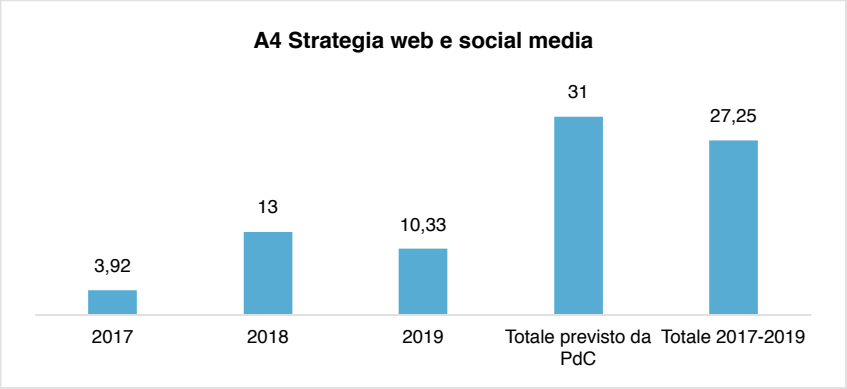
Area 3: numero di output complessivamente realizzati distinti per anno.



Area A.4. "Strategia web e social media"

Nel biennio 2017-2019 sono stati complessivamente realizzati **27,25 output**. Tutti gli output sono generalmente in linea con quanto previsto in fase di programmazione iniziale. Quest'area ha subito alcune variazioni all'interno nella distribuzione degli output sulla base di quanto definito nel PdC: la non attivazione dell'output APP smartphone e device ha consentito la destinazione delle risorse a integrazione di altri output afferenti alla medesima area. Facendo infine riferimento ai 31 output totali previsti per quest'area dal Piano di comunicazione a valenza pluriennale, lo **stato di avanzamento** al 2019 è pari all'87,9%.

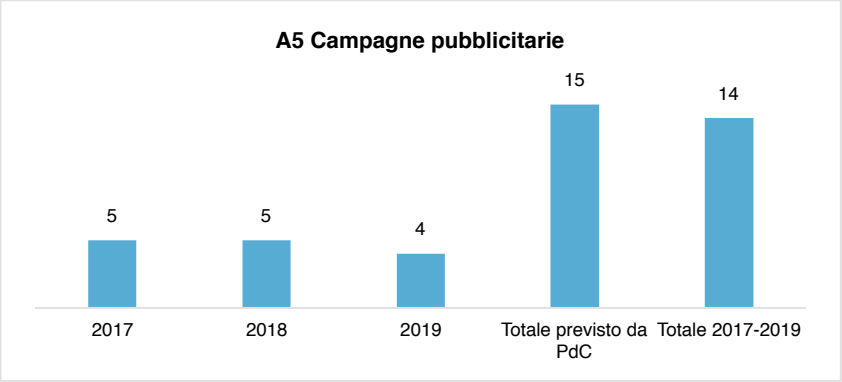
Area 4: numero di output complessivamente realizzati distinti per anno.



Area A.5 "Campagne pubblicitarie"

Sia il 2017 che il 2018 hanno permesso di rilasciare i 5 output previsti dai rispettivi PdA. Nel 2019 sono stati rilasciati 4 output residuando 1 per il 2020 (Campagna destinata ai beneficiari). Pertanto il computo complessivo al 2019 è pari a 14 output corrispondente ad uno **stato di avanzamento** del 93,93%% degli output totali previsti per quest'area dal Piano di comunicazione a valenza pluriennale.

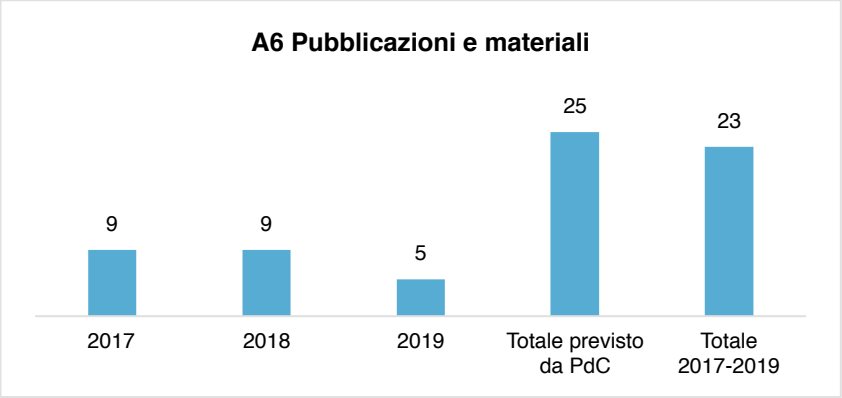
Area 5: numero di output complessivamente realizzati distinti per anno.



Area A.6 Pubblicazioni e materiali

Il 2019 si conclude con il rilascio di 23 output complessivi rispetto ai 25 previsti dal PdC con un avanzamento del 92%. Nel triennio sono stati rilasciati output articolati tra le diverse tipologie (pubblicazioni dedicate alla cittadinanza, ai beneficiari, set per eventi, pubblicazioni tecnico-divulgative).

Area 6: numero di output complessivamente realizzati distinti per anno.

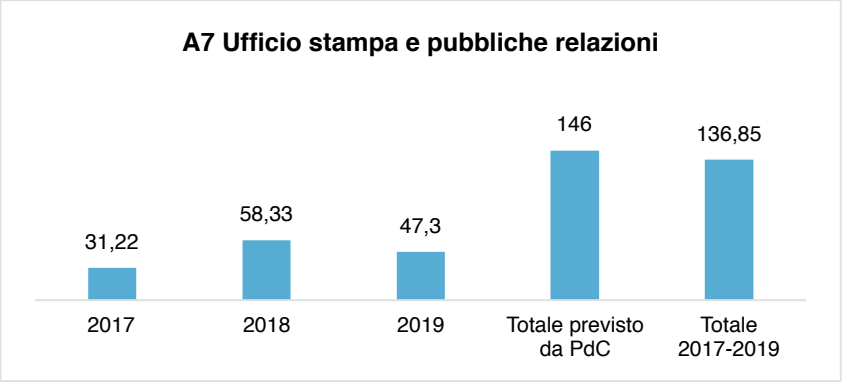


A.7. "Ufficio stampa e pubbliche relazioni"

Il 2019 si conclude con la realizzazione di **136,85 output**, nelle diverse annualità si assiste ad un andamento costante dell'area (il 2017 è stato un anno determinato da 8 mensilità di lavoro). A questo risultato partecipano in modo significativo le attività legate alle uscite su testate e emittenti nazionali e regionali.

Per quest'area di attività, il triennio 2017-2019 si conclude con un bilancio complessivo **di 136,85 output** realizzati che corrispondono a uno **stato di avanzamento** del 93,7% degli output totali previsti per quest'area dal Piano di comunicazione a valenza pluriennale.

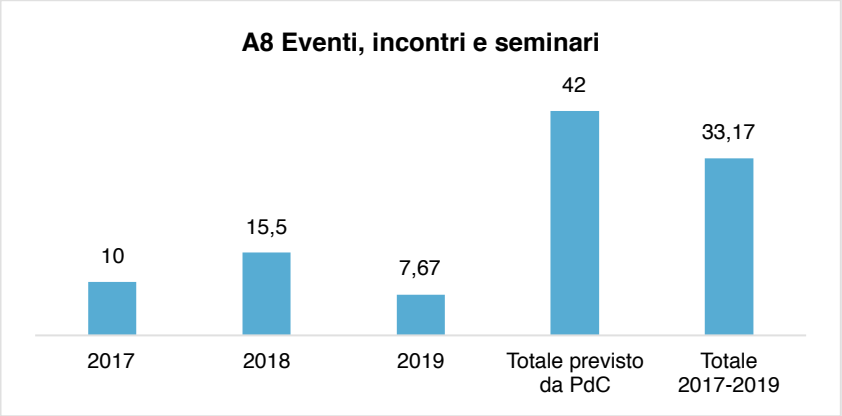
Area 7: numero di output complessivamente realizzati distinti per anno.



Area A.8. "Eventi, incontri e seminari"

Per quest'area, il 2019 fa registrare un dimezzamento dell'output non essendo stati realizzati i 7 eventi sul territorio. Il dato 2019 sommato a quello delle annualità precedenti vede quest'area raggiungere **i 33,17 output.**
Lo stato **di avanzamento** pari al 79%.

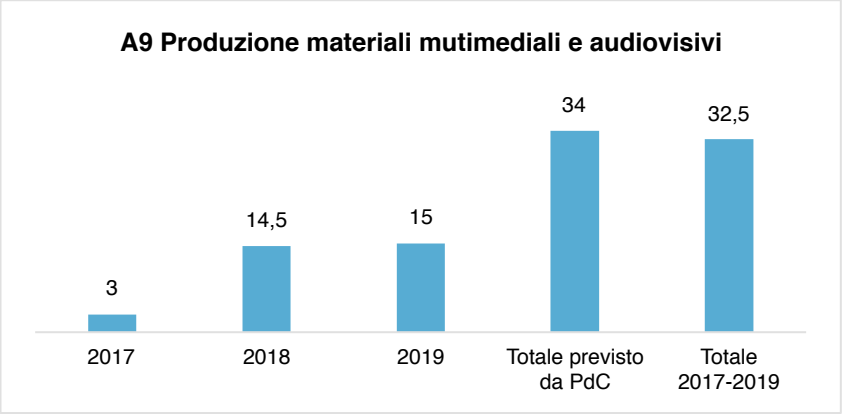
Area 8: numero di output complessivamente realizzati distinti per anno.



Area A.9. "Produzione materiali multimediali e audiovisivi"

Rispetto alle annualità precedenti si segnala l'entrata di un nuovo output integrativo che riguarda l'iniziativa multimediale promozionale speciale. Il triennio si conclude con un bilancio complessivo di **32,5 output** realizzati. Questo dato porta a evidenziare uno **stato di avanzamento** pari al 95,6%.

Area 9: numero di output complessivamente realizzati distinti per anno.


A9 Produzione materiali mutimediali e audiovisivi
3
14,5
15
34
32,5
2017
2018
2019
Totale previsto da PdC
Totale 2017-2019

3.2 Valutazione dello stato di perseguimento degli obiettivi (PdC e Strategia)

A livello strategico la pianificazione pluriennale del Piano ha individuato due livelli prioritari di finalizzazione di riferimento per la sua attuazione:

- **un livello di tipo orizzontale e trasversale** composto dai "pilastri strategici" della comunicazione del PSR Veneto, che sono riconducibili essenzialmente ai seguenti:
    - evidenziare i benefici concreti assicurati a tutto il territorio;
    - aumentare la conoscenza generale da parte del target cittadini;
    - semplificare la comunicazione, preservandone la completezza e correttezza formale;
    - coinvolgere gli stakeholder come mediatori attivi e affidabili;
    - personalizzare la comunicazione;
    - sfruttare la connessione con tematiche di largo interesse per tutti i target (es. sostenibilità);

- **un secondo livello di tipo verticale e cronologico** rappresentato dalla successione di 6 macro-fasi di comunicazione, una per ciascuna annualità, che si inseriscono coerentemente nella distribuzione temporale dei diversi obiettivi specifici, guidate ciascuna da un "driver di comunicazione" specifico
    - 2017: diffusione della conoscenza;
    - 2018: personalizzazione della conoscenza;
    - 2019: attivazione delle conoscenze;
    - 2020: consolidamento delle conoscenze;
    - 2021: condivisione delle conoscenze;
    - 2022: diffusione della conoscenza.

Al di sopra di questi livelli, si trovano i **6 obiettivi generali-specifici tracciati dalla Strategia di Comunicazione** del Programma che, coniugati agli obiettivi specifici corrispondenti, ne hanno consentito la declinazione in finalità funzionali al raggiungimento degli stessi per ciascuna annualità.

Il piano 2019 ha conseguito l'obiettivo prefissato dell'Attivazione delle conoscenze" attraverso il raggiungimento di fabbisogni specifici individuati dalla Strategia di Comunicazione, e cioè:

- fabbisogno 4 (Focus sulla misurabilità degli obiettivi, delle azioni e sulla comunicazione)
- fabbisogno 5 (approccio alla relazione con i portatori di interesse)
- fabbisogno 6 (continuità e tempestività della comunicazione)

Questi fabbisogni sono stati nel complesso soddisfatti attraverso una serie di output e strumenti specifici elencati nel dettaglio:

Il Piano ha risposto al fabbisogno 4 con una serie di iniziative e strumenti specifici:

- l'indagine intermedia articolata in 3 waves una per ciascun target (beneficiari, portatori di interesse, cittadinanza)
- l'inserimento di output integrativi area 3 "Indagini specifiche sugli strumenti del piano" e la realizzazione di 3 indagini di customer su Comunicazioni del partenariato, sito, social.
- la realizzazione di indagini di customer correlate agli eventi
- l'indagine preliminare del concorso il PSR per i giovani realizzata con le interviste focalizzate ai responsabili di ciascun istituto agrario.
- il monitoraggio trimestrale delle attività ha consentito di valutare la bontà delle scelte di piano
- il monitoraggio trimestrale dei canali social e del sito web

Il Piano ha risposto al fabbisogno 5 proseguendo l'azione di "ascolto" verso questo target complesso e delicato nella definizione della relazione, cercando di conoscere e comprendere le logiche comunicative dei portatori di interesse. In particolare ha realizzato:

- condivisione dei risultati della mappatura dei sistemi di comunicazione del partenariato
- apertura di una sezione dedicata al partenariato con una "vetrina" dedicata a ciascun componente del partenariato
- il sistema di comunicazioni mirate "Comunicazioni al partenariato"
- organizzazione della Conferenza dell'Agricoltura e la relativa indagine di customer
- organizzazione dell'incontro con il partenariato e la relativa indagine di customer
- l'indagine specifica sullo strumento "Comunicazioni al partenariato"

Rispetto infine al fabbisogno 6, il Piano ha garantito:

- l'aggiornamento costante dei pubblici attraverso le newsletter mensili
- la valorizzazione della community social dei canali del PSR per essere tempestivi e più vicini agli utenti
- l'implementazione sul sito web di news sempre aggiornate
- l'ampio utilizzo dei sistemi di mailing mirati "Segnalazioni alla Rete SR2020" "Comunicazioni al partenariato", DEM specifiche per indagini e/o eventi

Si segnala infine che un approfondimento di questi aspetti sarà riservato alla prevista analisi di Quality Assessment con l'intento di valutare la capacità strategica del PdC e le dimensioni dell'impatto sulla base del raggiungimento degli obiettivi generali e specifici descritti.
L'analisi consentirà di collezionare, organizzare e disporre di un patrimonio conoscitivo utile alla:

- valutazione dell'esecuzione del PdC e dei PdA, delle aree e delle azioni realizzate rispetto al raggiungimento degli obiettivi generali e specifici descritti dalla Strategia di comunicazione;
- valutazione dell'opportunità/bontà delle scelte strategiche definite in termini di impianto, target, obiettivi generali e specifici della Strategia.