FEASR

REGIONE DEL VENETO

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

PSR VENETO 2014-2020

RELAZIONE FINALE DI MONITORAGGIO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

SERVIZIO DI SVILUPPO E ATTUAZIONE
DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PSR VENETO

Aprile 2017 – Giugno 2020

Relazione finale di monitoraggio del piano di comunicazione

Pubblicazione realizzata nell'ambito del Piano di Comunicazione
del PSR Veneto 2014-2020 a cura della Direzione ADG FEASR e Foreste
della Regione del Veneto e dell'agenzia Pomilio Blumm

Coordinamento editoriale:
Carmela Parisi (Pomilio Blumm)

Supervisione e revisione:
Cristina Pagotto, **Alessandro Tomasutti**, **Walter Signora**,
Raffaele Bellio (Regione del Veneto)

Progetto grafico:
Massimo Di Prinzio (Pomilio Blumm)

Direzione ADG FEASR e Foreste
Direttore **Franco Contarin**
via Torino 110 – 30172, Mestre – Venezia
Tel. 041/279.54.32
Email: adgfeasrforeste@regione.veneto.it

È consentita la riproduzione a fini non commerciali dei testi,
previa autorizzazione da parte della Regione del Veneto,
citando gli estremi della pubblicazione.

Finito di stampare nel settembre 2020

Sommario

1 Premessa e rationale 4

2 Indicatori di realizzazione, risultato e trasparenza 7

AREA 1 - Progettazione e pianificazione 8

Approfondimenti – AREA 1 9

AREA 2 - Coordinamento e attuazione del piani comunicazione 10

Approfondimenti – AREA 2 11

AREA 3 - Monitoraggio, risultati e impatti del piano di comunicazione 14

Indagine intermedia e conclusiva 14

AREA 4 - Strategia web e social media 16

Approfondimenti – AREA 4 18

AREA 5 - Campagne pubblicitarie 28

Approfondimenti – AREA 5 28

AREA 6 - Pubblicazioni e materiali 32

Approfondimenti – AREA 6 32

AREA 7 - Ufficio stampa e pubbliche relazioni 34

Approfondimenti – AREA 7 35

AREA 8 - Eventi, incontri e seminari 36

Approfondimenti – AREA 8 36

AREA 9 - Produzione materiali multimediali 38

Approfondimenti – AREA 9 38

1

Premessa e rationale

Il presente documento, previsto e disciplinato dal contratto Rep. n. 7523 del 13/04/17, contiene il monitoraggio complessivo delle attività in attuazione del Piano di Comunicazione del PSR Veneto 2014-2020 che fanno riferimento al periodo compreso tra il 13 Aprile 2017 data di avvio dell'incarico, ed il 3 Giugno 2020 data di conclusione dello stesso. Come indicato anche nel Report conclusivo triennale (REF), a seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19 il 13 marzo 2020 la Regione Veneto ha sospeso il servizio ai sensi dell'art.107 comma 1 D.Lgs n. 50/2016 e art. 23 comma 1 DM n. 49/2018.

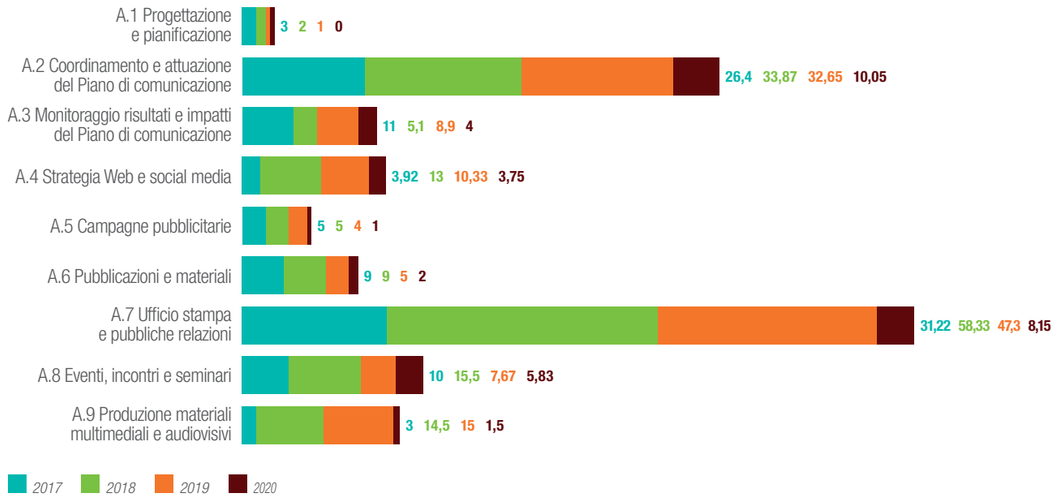
Il servizio è ripreso a partire dal 4 maggio 2020 e si è concluso il 3 giugno 2020, completando i 36 mesi di durata del contratto.

Nel presente report vengono descritte tutte le attività svolte per garantire una verifica costante dell'efficacia della comunicazione del PSR e riassunti in modo dettagliato e supportato da tabelle e grafici, i dati aggregati di monitoraggio dell'intera durata del servizio relativi agli indicatori del sistema di rilevazione implementato per il Piano. Tale relazione allegata al REF è stata redatta al termine dell'incarico triennale di esecuzione del servizio.

Area	2017	2018	2019	2020	Totale
Area 1 - Progettazione e pianificazione	3	2	1	0	6
Area 2 - Coordinamento e attuazione del piano di comunicazione	26,4	33,87	32,65	10,05	102,97
Area 3 - Monitoraggio, risultati e impatti del piano di comunicazione	11	5,1	8,9	4	29
Area 4 - Strategia web e social media	3,92	13	10,33	3,75	31
Area 5 - Campagne pubblicitarie	5	5	4	1	15
Area 6 - Pubblicazioni e materiali	9	9	5	2	25
Area 7 - Ufficio stampa e pubbliche relazioni	31,22	58,33	47,3	8,15	145
Area 8 - Eventi, incontri e seminari	10	15,5	7,67	5,83	39
Area 9 - Produzione materiali multimediali e audiovisivi	3	14,5	15	1,5	34
Totale	**102,54**	**156,3**	**131,85**	**36,28**	**426,97**

Dal 2017 al 2020 sono stati realizzati 426,97 output, pari al **98,6%** del totale previsto da PdC. L'emergenza sanitaria Covid-19 non ha consentito l'attivazione di 6,03 output (valore assoluto) che pertanto risultano residuali.

Produzioni output su totali di area



2

Indicatori di realizzazione, risultato e trasparenza

AREA 1

Progettazione e pianificazione

Indicatori	2017	2018	2019	2020	Totale
Indicatori di realizzazione					
n. di output elaborati e tipologia	n.2 Pda n.1 PdC	n.1 Pda n.1 PdC	n. 1 PdC		n. 3 PdA n. 3 PdC (1 più 2 aggiornamenti)
Indicatori di risultato					
Livello di gradimento e comprensione del PdC	Non previsto	Non previsto	· Chiarezza informativa della comunicazione media 7,3 · Soddisfazione sugli strumenti di comunicazione media 7,2 · Adeguatezza della comunicazione media 7,2 · Trasparenza della comunicazione media 7,3 (Cfr. Indagine intermedia)	· Chiarezza informativa della comunicazione media 7,6 · Soddisfazione sugli strumenti di comunicazione media 7,3 · Adeguatezza della comunicazione media 7,4 · Trasparenza della comunicazione media 7,5 (Cfr. Indagine Conclusiva)	· Chiarezza informativa della comunicazione media +0,3 punti · Soddisfazione sugli strumenti di comunicazione media +0,1 punti · Adeguatezza della comunicazione media +0,2 punti · Trasparenza della comunicazione media + 0,2 punti (Cfr. Confronto tra indagine 2019 e indagine 2020)
Indicatori di trasparenza					
Occasioni di condivisione	n. 4 occasioni di condivisione	n. 5 occasioni di condivisione	n.1 occasione di condivisione n.1 Video divulgativo PdC		n. 10 Occasioni di condivisione n. 1 Video divulgativo

APPROFONDIMENTI – AREA 1

L'area 1 ha guidato tutta l'attuazione del piano di comunicazione pluriennale del PSR Veneto attraverso la dotazione di una cassetta degli attrezzi composta dal Piano di comunicazione pluriennale (PdC) dai Piani annuali di attuazione e dal Report di quality assessment, quest'ultimo inserito con l'aggiornamento del PdC 2019-2020 come output integrativo sulla base delle esigenze riscontrate in fase di esecuzione del Piano. La presente area di attività ha prodotto gli output previsti nei tempi richiesti, in coerenza con la strategia di comunicazione, che consistono in 3 PdC e 3 PdA.

Le tabelle sotto riportate presentano un prospetto sull'efficienza delle tempistiche degli output PdC e PdA nelle tre diverse annualità.

Output	Rilascio	Validazione	Performance output (gg)
PdA 2017	13/05/17	07/07/17	55
PdA 2018	29/11/17	17/01/18	49
PdA 2019	30/11/18	01/02/19	63
Media gg per la validazione			**55,66**

Output	Rilascio	Validazione	Performance output (gg)
PdC 2017	13/05/17	07/07/17	55
PdC 2018	13/01/18	20/02/18	38
PdC 2019	14/01/19	03/04/19	80
Media gg per la validazione			**57,67**

AREA 2

Coordinamento e attuazione dei piani comunicazione

Indicatori	2017	2018	2019	2020	Totale
Indicatori di realizzazione					
n. incontri realizzati e tipologia	n. 10 Incontri di coordinamento n. 3 Incontri Attività	n. 12 Incontri di coordinamento n. 4 Incontri Attività	n. 12 Incontri di coordinamento n. 3 Incontri Attività	n. 2 Incontri di coordinamento n. 2 Incontri Attività	n. 36 amento n. 12 incontri attività
n. report prodotti e tipologia	n. 9 Report di sintesi/RIC n.3 Report trimestrale/RES	n. 12 RIC n. 4 RES n. 1 REA n. 1 REMA	n. 12 RIC n. 4 RES n. 1 REA n. 1 REMA	n. 3 RIC n. 1 RES n. 1 REA n. 1 REMA n. 1 REF n. 1 REMF	n. 36 RIC n. 12 RES n. 3 REA n. 3 REMA n. 1 REF n. 1 REMF
n. Manuale di immagine coordinata	n. 1 Manuale di immagine coordinata				n. 1 Manuale di immagine coordinata
n. di best practices rilasciate per il DataBase	Non rilasciate	n. 45 Schede rilasciate	n. 53 Schede rilasciate	n. 5 Schede rilasciate	n. 103 schede rilasciate di cui 97 valide (verifica schede approvate dalla regione e nel loro DB)
n. di immagini rilasciate del DataBase immagini	n. 200 immagini rilasciate	n. 250 immagini rilasciate n. 200 Immagini Validate	n. 150 immagini rilasciate n. 100 Immagini Validate		n. 900 immagini rilasciate n. 500 Immagini Validate
Indicatori di risultato					
Livello di funzionalità della reportistica rispetto agli obiettivi di risultato programmati	RIC: 10,78 giorni RES: 23,33 giorni REM: 23,33 giorni (valori medi)	RIC: 11 giorni RES: 10,67 giorni REM: 10,67 giorni (valori medi)	RIC: 13,42 giorni RES: 19,67 giorni REM: 19,67 giorni (valori medi)	RIC: 9 giorni RES: 8 giorni REM: 8 giorni (valori medi)	RIC: 11,5 giorni RES: 15,41 giorni REM: 15,41 giorni
Indicatori di trasparenza					
Livello di diffusione e condivisione del data base delle best practices	Non rilevato	n. 1.733 visualizzazioni visite alla sezione dedicata sul sito web al 31 dicembre 2018 2,15 minuti di durata media di visita frequenza di rimbalzo 47,48% (5 utenti su 10 visualizzano 1 storia) storia più visualizzata “Piante Officinalis dal carattere biologico” (284 accessi)	n. 2.917 visualizzazioni visite alla sezione dedicata sul sito web al 31 dicembre 2019 1,32 minuti di durata media di visita Frequenza di rimbalzo 61,02% (6 utenti su 10 visualizzano 1 storia) La storia più visualizzata “IL PSR COME OCCASIONE DI CRESCITA, IL CASO DI FRANCESCO SALTARIN” (755 visualizzazioni di pagina)	n. 927 visualizzazioni alla sezione “Storie di Sviluppo Rurale” 1,56 minuti di durata media di visita frequenza di rimbalzo 73,14% (+3 utenti su 10 visualizzano + 1 storia) La storia più visualizzata “Il lato biologico del grano” (199 visualizzazioni di pagina)	4.742 Visualizzazioni totali 1,67 minuti durata media di visita (dato incrementale dalla messa online del database fino al 03.06.20) Frequenza di rimbalzo: 2018: 47,48% 2019: 61,02% 2020: 73,29%
Livello di diffusione e condivisione del data base delle best practices	Non rilevabile: non sono stati prodotti output diffusi e condivisi ad altri target oltre l’AdG	Non rilevato	1 occasione di diffusione (Risultati REMA) CdS Visualizzazioni pagina Comunicazione sito PSR: 498 visualizzazioni 370 utenti unici, 266 gli accessi Report attività: 21 download sul sito PSR	1 occasione di diffusione (Risultati REMA) CdS Visualizzazioni pagina Comunicazione sito PSR: 238 visualizzazioni, 205 utenti unici, 96 accessi Report attività: 21 download sul sito PSR	2 occasioni di diffusione (risultati REMA) CdS Visualizzazioni pagina Comunicazione sito PSR: 736 visualizzazioni, 575 utenti unici, 362 accessi Report attività: 86 download sul sito PSR

APPROFONDIMENTI – AREA 2

L’area in oggetto riguarda gli output funzionali all’organizzazione e coordinamento del PdC. Il prospetto di seguito riporta il livello di efficacia per i principali output dell’area in tutte le annualità del PdC.

Output	Numero di output 2017	Numero di output 2018	Numero di output 2019	Numero di output 2020	Totale
Incontri di coordinamento	10	12	12	2	36
Incontri di attività	3	4	3	2	12
Report di sintesi	9	12	12	3	36
Report trimestrale	3	4	4	1	12
Schede di best practice		45	53	5	103 (valide 97)
Database Immagini	200	250 (200 validate)	150 (100 validate)		900 (500 validate)

Livello di funzionalità della reportistica RIC e confronto 2017/2018/2019/2020

Output	Rilascio	Validazione	Performance output (gg)	Output	Rilascio	Validazione	Performance output
RIC 1	04/05/17	12/05/17	8	RIC 1	23/01/18	30/01/18	7
RIC 2	23/05/17	09/06/17	17	RIC 2	20/02/18	27/02/18	7
RIC 3	21/06/17	28/06/17	7	RIC 3	20/03/18	29/03/18	9
RIC 4	14/07/17	08/08/17	25	RIC 4	26/04/18	10/05/18	14
RIC 5	31/08/17	04/09/17	4	RIC 5	24/05/18	06/06/18	13
RIC 6	25/09/17	06/10/17	11	RIC 6	13/06/18	29/06/18	16
RIC 7	24/10/17	30/10/17	6	RIC 7	30/07/18	02/08/18	3
RIC 8	25/11/17	28/11/17	3	RIC 8	21/08/18	28/08/18	7
RIC 9	20/12/17	05/01/18	16	RIC 9	17/09/18	28/09/18	11
				RIC 10	16/10/18	29/10/18	13
				RIC 11	26/11/18	10/12/18	14
				RIC 12	17/12/18	04/01/19	18
Totale gg per la validazione			**10,78**	**Totale gg per la validazione**			**11,00**

Livello di funzionalità della reportistica RES e confronto 2017/2018/2019/2020

2017				2018			
Output	Rilascio	Output	Rilascio	Validazione	Performance output (gg)	Validazione	Performance output (gg)
RES 1/17	14/07/17	RES 1/18	13/04/18	27/04/18	14	08/08/17	25
RES 2/17	03/10/17	RES 2/18	02/08/18	06/08/18	4	02/11/17	30
RES 3/17	15/01/18	RES 3/18	26/10/18	09/11/18	14	30/01/18	15
		RES 4/18	14/01/19	07/02/19	24		
Media gg per la validazione			**14**	**Media gg per la validazione**			**23,33**

Livello di diffusione e condivisione dei report e tipologia

Report di attività e relazioni di monitoraggio annuali Valori incrementali dalla messa on-line al 3.06.2020	**Download**
Report annuale delle attività 2018	10
Slides	9
Relazione annuale di monitoraggio 2018	5
Report annuale delle attività 2017	2
Slides	7
Relazione annuale di monitoraggio 2017	7
Indagini e report di gradimento	**Download**
Report indagine Comunicazioni al Partenariato (Settembre 2019)	31
Report indagine Sito web (Novembre 2019)	22
Indagine intermedia Aprile 2019 – Cittadini (estratto)	22
Indagine intermedia Aprile 2019 – Beneficiari e potenziali beneficiari (estratto)	25
Indagine intermedia Aprile 2019 – Portatori d'interesse (estratto)	30
Report di gradimento Newsletter PSR (Dicembre 2018)	9
Report di Gradimento Conferenza Agricoltura – Seminario apertura (Dicembre 2018)	13
Report di gradimento Dialoghi PSR (Dicembre 2018)	10
Report di gradimento Workshop PEI AGRI (Giugno 2018)	1
Report di gradimento Workshop Ottimizzazione ambientale e sistemi informativi (Aprile 2018)	2
Report di gradimento Workshop Comunicazione LEADER (Marzo 2018) – Esito tavoli	0
Report di gradimento Dialoghi PSR (Dicembre 2017)	0
Report di gradimento Incontro di Partenariato (Ottobre 2017)	1
Totale	**166**

Output	Rilascio	Validazione	Performance output (gg)	Output	Rilascio	Validazione	Performance output
RIC 1	24/01/19	31/01/19	7	RIC 1	29/01/20	18/02/20	20
RIC 2	15/02/19	20/02/19	5	RIC 2	17/02/20	21/02/20	4
RIC 3	25/03/19	03/04/19	9	RIC 3	17/02/20	26/02/20	9
RIC 4	23/04/19	07/05/19	14				
RIC 5	17/05/19	04/06/19	18				
RIC 6	20/06/19	18/07/19	28				
RIC 7	01/08/19	21/08/19	20				
RIC 8	02/09/19	09/09/19	7				
RIC 9	19/09/19	27/09/19	8				
RIC 10	23/10/19	29/10/19	6				
RIC 11	20/11/19	09/12/19	19				
RIC 12	19/12/19	08/01/20	20				
Totale gg per la validazione			**13,42**	**Totale gg per la validazione**			**11**

2019				2020			
Output	Rilascio	Validazione	Performance output (gg)	Output	Rilascio	Validazione	Performance output
RES 1/19	16/04/19	22/05/19	36	RES 1/20	28/04/20	21/02/20	4
RES 2/19	15/07/19	01/08/19	17				
RES 3/19	15/10/19	06/11/19	22				
RES 4/19	13/12/20	21/01/20	8				
Media gg per la validazione			**16,5**	**Totale gg per la validazione**			**4**

AREA 3

Monitoraggio risultati e impatti del piano di comunicazione

INDAGINE INTERMEDIA E CONCLUSIVA

Le indagini che sono state realizzate durante il periodo di attuazione del PdC hanno avuto come scopo quello di misurare la conoscenza del Programma di Sviluppo Rurale da parte dei diversi target del PdC. Le indagini sono state articolate su 3 tipologie di rilevazione ciascuna focalizzata sui target del PdC (cittadinanza, beneficiari, portatori di interesse).

L'indagine preliminare è stata realizzata nel 2019 e i risultati sono stati confrontati con gli esiti registrati nel 2015 con l'Indagine sulla conoscenza del PSR.

L'indagine conclusiva è stata realizzata nel 2020 durante l'emergenza sanitaria Covid-19 e presenta un confronto con i valori registrati dall'indagine preliminare nel 2019.

Questo sistema di misurazione ha permesso di valutare l'efficacia del PdC e delle attività messe in campo dalla Regione del Veneto:

- nel 2019 funzionale alla misurazione e al controllo dell'efficacia delle scelte operate nel PdC
- nel 2020 funzionale alla valutazione dell'efficacia del PdC.

Si riportano di seguito i principali dati scaturiti dal **confronto tra l'indagine effettuata nel 2019 e l'indagine conclusiva del 2020.**

Portatori di interesse

Il ruolo dei finanziamenti ed interventi del PSR è valutato in modo molto positivo: il 35,2% lo ritiene fondamentale (importanza = 10 su 10), con una importanza media pari a 8,7.
I canali migliori per comunicare le opportunità del PSR ai beneficiari secondo i portatori di interesse sono: Siti internet (18,4%), Seminari, convegni, incontri (18,4%)
Per i portatori di interesse continua a essere costante, mantenendosi su una media di circa il 20%, l'interesse per i canali di informazione e, nello specifico per le newsletter informative e l'aggiornamento costante dei siti internet.
Tra le nuove proposte, suggerite dagli utenti stessi, circa i nuovi canali di comunicazione del PSR sono:

- Incontri specifici a un target selezionato; Incontri serali nei comuni con i beneficiari e con le amministrazioni comunali
- Potenziamento della presenza sul territorio

Beneficiari

Nell'analisi tra le due indagini 2019-2020, rimane costante il livello di conoscenza spontanea degli utenti che si mantiene per il 42% (media) per il PSR e il 25% (media) per la PAC.
L'indagine conclusiva mostra una lieve flessione del livello di conoscenza suggerita rispetto a quello dell'indagine intermedia: La PAC raggiunge l'89% rispetto al 93,6% ed il GAL il 68,5% rispetto al 77,1% del 2019. Il livello di conoscenza suggerita del PSR cresce di circa trenta punti percentuali passando dal 62,1% del 2019 al 96,6% del 2020, mentre il FEASR si attesta intorno al 74%.

L'interesse ad approfondire la tematica PSR si mantiene costante tra le due indagini, assestandosi intorno al 79%.
L'argomento principale del settore agricolo su cui gli intervistati vorrebbero tenersi aggiornati è quello relativo agli «Incentivi europei e programmi europei a sostegno del settore» (10,6%).
I canali ritenuti migliori dai beneficiari per essere informati in merito ai temi di interesse sono: Email (12,4%), CAA - Centri di assistenza agricola (15% media) e Consulenti e studi tecnici, a differenza dell'indagine intermedia che vedeva come secondo strumento la Newsletter PSR Veneto (11,5%).
Aspetti su cui investire risorse secondo gli intervistati:

- Preservare l'ambiente e quindi il territorio, i paesaggi, la flora, la fauna (8,80 su scala 1 a 10)
- Premiare le imprese che rendono più efficiente l'utilizzo dell'acqua e delle altre risorse naturali (8,64 su scala 1 a 10)

Le opinioni sull'UE registrano un giudizio sull'adeguatezza degli interventi ed i finanziamenti europei per lo sviluppo dell'agricoltura e delle aree rurali per settore agricolo veneto pari 5,88 su scala da 1 a 10)
Una media di 83,7% intervistati ritiene che finanziamenti e interventi a favore del settore agricolo siano strumenti utili per la loro attività e dichiara di averne fatto, o che ne farà richiesta.

Cittadini

Il target dei cittadini è quello che registra i livelli di conoscenza più bassi: il 93,2% non conosce politiche, programmi e strumenti europei a favore dell'agricoltura.
Il livello di conoscenza suggerita è cresciuto di circa 15 punti percentuali medi: la PAC è passata dal 39,7% al 50,1%; il GAL dal 16,3% al 26,4% mentre il PSR è passato dal 17,9% del 2019 al 33,6% del 2020.
I canali di maggior diffusione delle informazioni sul PSR sono la televisione 16,9% e le Associazioni del settore 16,9%. Il 48,4% vorrebbe maggiori informazioni sul settore agricolo.
L'90,3% degli intervistati è favorevole (voto tra 10 e 6 su 10) al sostegno allo sviluppo rurale da parte di UE, Stato e Regione Veneto.
Tra i temi per i quali c'è maggior interesse a ricevere informazioni si ritrovano:

- La salvaguardia delle biodiversità e delle specie protette (67,1%)
- L'inquinamento nel settore agricolo e l'impegno nella sua riduzione (66,5%)
- Informazioni sui Prodotti di qualità del territorio regionale (65,9%)

I canali desiderati di informazione: televisione passa dal 20,8% del 2019 al 50% del 2020, stampa aumenta sensibilmente passando dal 16,6% al 17.
Infatti il 72,2% si informa su fatti e avvenimenti in Regione attraverso la televisione e il 64,9% anche su internet, con un tempo medio di 2h e 35 min giornalieri di tempo trascorso sulla rete.
Per maggiori dettagli si rinvia ai report delle indagini.

AREA 4

Strategia web Social media

Indicatori	2017*	2018	2019	2020*	Totale
Indicatori di realizzazione					
n. e tipologia di campagne di digital marketing realizzate	Non rilasciato	n. 4 Campagne digital	n. 4 Campagne digital	n. 1 campagna Google ADS	n. 9 campagne digital
n. e tipologia di azionidi posizionamento e ottimizzazione	n. 1 SEO	n. 2 SEO n. 1 SEM n. 2 attività inbound traffic n. 1 attività URL SEO Friendly	n. 3 sviluppo sezioni (Risultati; partenariato, dicono di noi) n. 1 Creazione landing page 21/27 n. 1 campagna SEM	n 1 SEO n. 1 Inbound traffic (Bandi e graduatorie)	n. 4 SEO n. 2 SEM n. 3 attività inbound traffic n. 1 attività URL SEO Friendly n.1 Creazione landing page n.3 sviluppo sezioni
n. e tipologia di sistemi mailing mirati					
n. e tipologia DEM	n. 18	n. 31 n. 144.354 invii singoli destinatari	n. 16 n. 42.164 invii singoli destinatari	n. 10 n. 985 invii singoli destinatari (dati del trimestre)	n. 75 n. 332.029 invii singoli destinatari
n. di Newsletter erogate	n. 144.526 Invii singoli destinatari	n. 12 76.932 invii singoli destinatari	n. 12 76.273 invii singoli destinatari	n. 6 n.39.020 invii singoli destinatari	n. 30 n. 192.225 invii singoli destinatari
n. di Comunicazioni al partenariato		n. 28 5.040 invii singoli destinatari	n. 34 6.270 invii singoli destinatari	n.15 1144 invii singoli destinatari (dati del trimestre)	n.77 n. 12.454 invii singoli destinatari
n. di Segnalazione alla Rete		n. 18 1.309 invii singoli destinatari	n. 34 2.475 invii singoli destinatari	n. 15 2.402 invii singoli destinatari	n.67 6.186 invii singoli destinatari
Indicatori di risultato e di trasparenza					
Livello di efficacia del sito	8.409 sessioni 5677 utenti unici (67% nuovi-32,5% fidelizzati) 22545 visualizzazioni di pagina 2,68 pagine/ sessione 2,17 minuti permanenza media 58,14% frequenza di rimbalzo	41.874 sessioni 26.170 utenti unici (60,7% nuovi) 89.674 visualizzazioni di pagina 2,14 pagine/ sessione 2,12 minuti permanenza media 67,55% frequenza di rimbalzo	82.956 sessioni 48.446 utenti unici (58,3% nuovi) 170.148 visualizzazioni di pagina 2,07 pagine/ sessione 1,53 minuti permanenza media 66,87% frequenza di rimbalzo	41.967 sessioni 30.427 utenti unici 86.091 visualizzazioni di pagina: 2,05: pagine/ sessione 01:45: minuti permanenza media 61,16%: frequenza di rimbalzo	175.206 totale sessioni* 110.720 totale utenti unici* 368.458 totale visualizzazioni di pagina* 2,2 media di pagine per sessione 2,1 media di minuti di permanenza 63,43% media frequenza di rimbalzo

Indicatori	2017*	2018	2019	2020*	Totale
Indicatori di risultato e di trasparenza					
Livello di efficacia dei canali social	**Facebook** 160 like - 163 seguono la pagina 5.934 copertura 248 visualizzazioni pagina 1.235 interazioni post 361 visualizzazioni video 14782 impression **Twitter** 20 follower, 14.141 visualizzazioni, tasso interazione 1,5% **Instagram** 22 follower, 118 like di interazione	**Facebook** 3.850 like - 3.990 seguono la pagina 573.640 copertura 158.703 visualizzazioni pagina 10.397 interazioni post 789.314 impression **Twitter** 697 follower, 279.567 visualizzazioni, tasso interazione 1,28% **Youtube** 102 video caricati 36 iscritti 6401 visualizzazioni totali **Instagram** 22 follower, 118 like di interazione	**Facebook** 8.188 like - 8.457 seguono la pagina 74.973 video views 848.903 copertura 3.685 visualizzazioni sulla pagina 33.321 interazioni post **Twitter** 735 follower, (dato incrementale) 113.511 visualizzazioni, tasso interazione medio annuo 1,03% **Youtube** 196 video caricati 86 iscritti 14.695 visualizzazioni totali **Instagram** 369 follower (dato incrementale), 136 like di interazione	**Facebook** 8.278 like (+ 98 fan) Dati trimestrali: 14.942 copertura 300 visualizzazioni della pagina (totale della media giornaliera) **Twitter** 748 follower, (dato incrementale) +10 follower 25.800 visualizzazioni dei tweet 280 visualizzazioni dei tweet al giorno tasso interazione 1% (dato incrementale) **Youtube** Dati incrementali: 139 video totali +14 video caricati da gennaio a giugno 2020 111 iscritti al canale (+12) 15.196 visualizzazioni totali (+1.434) **Instagram** 1.031 follower (dato incrementale) 462 copertura 1.232 impressions 770 interazioni	**Facebook** 8.281 like (follower 8.622) 360.855 media totale copertura dei post 40.734 media di visualizzazioni della pagina 14.984 media delle interazioni post **Twitter** 784 follower 51.151 media delle visualizzazione dei tweet **Youtube** 139 video totali +14 video caricati da gennaio a giugno 2020 **Instagram** 1.031 follower (dato incrementale) 341,3 media di interazione
Livello di efficacia DEM	Tasso di recapito 111% Lettori 45% Clic totali su aperture 11%	Tasso di recapito 140% Lettori 40% Clic totali su aperture 17%	Tasso di recapito 147% lettori 45% Clic totali su aperture 17%	Tasso di recapito 98,48% Lettori 127,06% Clic totali su aperture 45%	Vedere tabella di approfondimento a pag. 36
Livello di efficacia della newsletter	Tasso di recapito 111% Lettori 45% Clic totali su aperture 11%	Tasso di recapito 87,71% Lettori 35,91% Clic totali su aperture 22,61%	Tasso di recapito 83,06% e Lettori 36,84% Clic totali su aperture 21,29%	Tasso di recapito 97,48% Lettori 31,50% Clic totali su aperture 3.332	Vedere tabella di approfondimento a pag. 34

Indicatori	2017*	2018	2019	2020*	Totale
Livello di efficacia Comunicazione al partenariato	Non rilevato	Tasso di recapito 206,54% Lettori 41,61% Clic totali su aperture 19,76%	Tasso di recapito 201,31% Lettori 44,58% Clic totali su aperture 16,58%	Tasso di recapito 99,37% Lettori 41,75% Clic totali su aperture 104	Vedere tabella di approfondimento a pag. 38
Indicatori di risultato e di trasparenza					
Livello di efficacia Segnalazione Rete 2020	Non rilevato	Tasso di recapito 197,25% Lettori 39,91% Clic totali su aperture 32,16%	Tasso di recapito 130,87% Lettori 67,28% Clic totali su aperture 18,63%	Tasso di recapito 98,14% Lettori 74,13% Clic totali su aperture 14,2	Vedere tabella di approfondimento a pag. 40
Livello di efficacia delle campagne di digital marketing	Non rilevato	**Facebook** 3.123 like Impression totali: 436.519 Copertura totale 228.718 **Twitter** 665 follower 68.500 visualizzazioni	Conferenza regionale dell'agricoltura Copertura totale 406.074 Impression totali 535.961 Concorso "Agricoltura, che avventura!" Copertura totale: 218.697 Impressions totali: 313.311 Docuserie Copertura totale: 672.704 Impressions totali: 1.076.306 Incontro del Partenariato Copertura totale: 202.425 Impressions totali: 370.832	**Google Ads** Impressioni totali 379.471 **Facebook** Copertura totale: 14.492	**Facebook** Copertura totale 1.541.312 Impression totali 2.732.929 **Google Ads** Impressioni totali 379.471

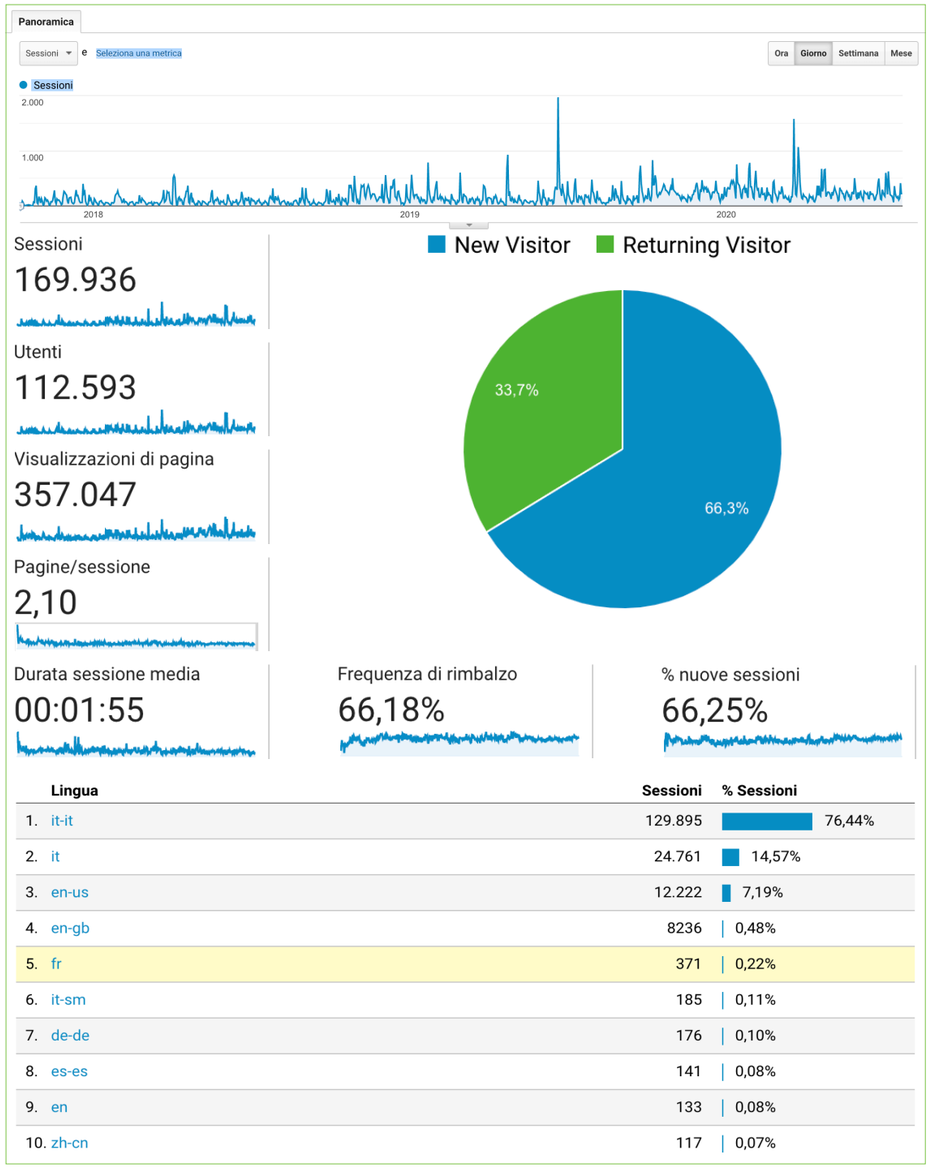
** I dati riportati, che riportano le somme progressive registrate negli anni, possono presentare delle difformità rispetto agli analoghi dati complessivi estrapolati dagli analytics nel 2020, a causa degli aggiornamenti nei sistemi di rilevazione di Google analytics intervenuti nel tempo.*

APPROFONDIMENTI – AREA 4

Sito web PSR Veneto: il grafico riporta i principali dati analytics relativi alla fruizione del sito internet www.psrveneto.it dalla sua pubblicazione, avvenuta l'8 ottobre 2017 fino al mese di giugno del 2020. Le visualizzazioni totali di pagina si attestano su 357.047 con un notevole numero di utenti singoli (persone singole che visitano il sito) che si attesta sui 112 mila per 169 mila sessioni (2,10 pagine per sessione).
I punti di picco di visite del sito si sono registrati nelle giornate del 21.06.2019 (1969 sessioni), 19.03.2020 (1578 sessioni), 24.03.2020 (1068 sessioni). Il portale ha registrato una percentuale di rating 104.368 sessioni da nuove visite -> 65,7% con il 34,3% di fidelizzazione visitatori (utenti che tornano più volte sul sito). Su un campione, estrapolato sul totale di sessioni registrate, pari a 35.353 sessioni analizzate per segmenti di pubblico, si registra il 26,76% di utenti che appartengono ad una fascia d'età compresa tra 35-44 anni e il 26,16% per una fascia d'età compresa tra 25-34 anni. La percentuale di uomini si attesta sul 58,1% mentre le donne sul 41,9%.

Delle 146.391 sessioni provenienti dall'Italia che rappresentano il 92% del traffico, le principali città sono Milano, Venezia e Padova.
Gli accessi principali al sito provengono per il 49,34% dai canali social, soprattutto da Facebook mobile (9,07% applicazione smartphone) e il 10,86% dal sito della Regione Veneto. I browser maggiormente utilizzati sono Chrome e Android Web View.
Per quanto attiene ai dispositivi da cui gli utenti accedono al sito Psr, il 49,25% del traffico proviene da desktop-pc e il 46,78% da mobile.
Il traffico registrato sul sito per il 31,65% arriva da ricerche organiche e il 19,57% arriva da DEM e sistemi di mailing mirato.

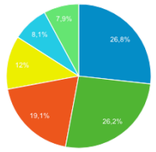
Panoramica sito



	Lingua	Sessioni	% Sessioni
1.	it-it	129.895	76,44%
2.	it	24.761	14,57%
3.	en-us	12.222	7,19%
4.	en-gb	8236	0,48%
5.	fr	371	0,22%
6.	it-sm	185	0,11%
7.	de-de	176	0,10%
8.	es-es	141	0,08%
9.	en	133	0,08%
10.	zh-cn	117	0,07%

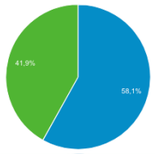
Fascia di età

	Sessioni	Sessioni	Contributo al totale: Sessioni
	62.889 % del totale: 39,61% (158.764)	62.889 % del totale: 39,61% (158.764)	
1. 35-44	**16.828**	26,76%	
2. 25-34	**16.453**	26,16%	
3. 45-54	**12.037**	19,14%	
4. 55-64	**7.550**	12,01%	
5. 18-24	**5.082**	8,08%	
6. 65+	**4.939**	7,85%	



Sesso

	Sessioni	Sessioni	Contributo al totale: Sessioni
	64.286 % del totale: 40,49% (158.764)	64.286 % del totale: 40,49% (158.764)	
1. male	**37.353**	58,10%	
2. female	**26.933**	41,90%	



Città di provenienza del traffico

	Acquisizione			Comportamento		
	Sessioni	% nuove sessioni	Nuovi utenti	Frequenza di rimbalzo	Pagine/sessione	Durata sessione media
	146.391 % del totale: 92,21% (158.764)	63,22% Media per vista: 65,71% (-3,80%)	92.546 % del totale: 88,71% (104.329)	64,01% Media per vista: 66,13% (-3,21%)	2,19 Media per vista: 2,11 (3,68%)	00:02:05 Media per vista: 00:01:57 (6,83%)
1. Milan	**23.450** (16,02%)	66,70%	15.642 (16,90%)	71,56%	1,75	00:01:21
2. Venice	**17.524** (11,97%)	48,65%	8.525 (9,21%)	57,58%	2,53	00:03:02
3. (not set)	**15.696** (10,72%)	67,18%	10.544 (11,39%)	62,28%	2,15	00:01:50
4. Padua	**9.801** (6,70%)	61,87%	6.064 (6,55%)	62,19%	2,21	00:01:56
5. Vicenza	**9.083** (6,20%)	65,69%	5.967 (6,45%)	64,33%	2,12	00:01:51
6. Rome	**7.629** (5,21%)	68,83%	5.251 (5,67%)	69,17%	1,92	00:01:32
7. Verona	**6.783** (4,63%)	68,67%	4.658 (5,03%)	64,15%	2,07	00:01:36
8. Treviso	**5.191** (3,55%)	65,96%	3.424 (3,70%)	66,27%	2,00	00:01:43
9. Bologna	**4.560** (3,11%)	64,98%	2.963 (3,20%)	67,41%	2,17	00:02:21
10. Pescara	**3.646** (2,49%)	13,47%	491 (0,53%)	36,15%	4,76	00:08:57

Browser utilizzati

	Acquisizione			Comportamento		
	Sessioni	% nuove sessioni	Nuovi utenti	Frequenza di rimbalzo	Pagine/sessione	Durata sessione media
	158.764 % del totale: 100,00% (158.764)	65,74% Media per vista: 65,71% (0,04%)	104.368 % del totale: 100,04% (104.329)	66,13% Media per vista: 66,13% (0,00%)	2,11 Media per vista: 2,11 (0,00%)	00:01:57 Media per vista: 00:01:57 (0,00%)
1. Chrome	**72.177** (45,46%)	59,30%	42.801 (41,01%)	58,19%	2,52	00:02:44
2. Android Webview	**21.344** (13,44%)	77,26%	16.490 (15,80%)	85,64%	1,23	00:00:23
3. Safari	**19.889** (12,53%)	71,49%	14.218 (13,62%)	69,73%	1,80	00:01:27
4. Firefox	**12.933** (8,15%)	58,68%	7.589 (7,27%)	53,91%	2,62	00:02:46
5. Internet Explorer	**12.876** (8,11%)	79,43%	10.227 (9,80%)	74,75%	1,87	00:01:17
6. Safari (in-app)	**8.573** (5,40%)	69,64%	5.970 (5,72%)	83,69%	1,24	00:00:24
7. Samsung Internet	**4.686** (2,95%)	63,91%	2.995 (2,87%)	68,48%	1,71	00:01:26
8. Edge	**4.608** (2,90%)	60,53%	2.789 (2,67%)	54,82%	2,61	00:02:21
9. Opera	**430** (0,27%)	58,60%	252 (0,24%)	54,42%	2,74	00:02:17
10. Android Browser	**396** (0,25%)	53,28%	211 (0,20%)	73,74%	1,66	00:02:59

Categoria dispositivo

	Acquisizione			Comportamento		
	Sessioni	% nuove sessioni	Nuovi utenti	Frequenza di rimbalzo	Pagine/sessione	Durata sessione media
	158.764 % del totale: 100,00% (158.764)	65,74% Media per vista: 65,71% (0,04%)	104.368 % del totale: 100,04% (104.329)	66,13% Media per vista: 66,13% (0,00%)	2,11 Media per vista: 2,11 (0,00%)	00:01:57 Media per vista: 00:01:57 (0,00%)
1. desktop	**78.188** (49,25%)	60,15%	47.030 (45,06%)	56,10%	2,70	00:02:56
2. mobile	**74.271** (46,78%)	70,77%	52.562 (50,36%)	76,06%	1,53	00:00:58
3. tablet	**6.305** (3,97%)	75,75%	4.776 (4,58%)	73,62%	1,73	00:01:31

Pagine visitate

	Visualizzazioni di pagina	Visualizzazioni di pagina uniche	Tempo medio sulla pagina	Accessi	Frequenza di rimbalzo	% uscita
	335.352 % del totale: 100,00% (335.352)	259.432 % del totale: 100,00% (259.432)	00:01:45 Media per vista: 00:01:45 (0,00%)	158.733 % del totale: 100,00% (158.733)	66,13% Media per vista: 66,13% (0,00%)	47,33% Media per vista: 47,33% (0,00%)
1. /	**56.000** (16,70%)	37.752 (14,55%)	00:01:27	34.425 (21,69%)	34,12%	33,24%
2. /misure/	**18.610** (5,55%)	12.360 (4,76%)	00:01:13	2.889 (1,82%)	54,27%	23,74%
3. /psr-2014-2020/	**15.234** (4,54%)	11.987 (4,62%)	00:01:18	1.242 (0,78%)	64,46%	26,59%
4. /news/	**11.291** (3,37%)	7.944 (3,06%)	00:00:50	3.782 (2,38%)	37,71%	25,92%
5. /eventi/conferenza-regionale-dellagricoltura-e-dello-sviluppo-rurale/	**8.124** (2,42%)	6.600 (2,54%)	00:03:34	5.814 (3,66%)	86,22%	76,00%
6. /psr-2014-2020/domande-di-aiuto-e-graduatorie-psr/	**7.441** (2,22%)	5.912 (2,28%)	00:02:52	3.681 (2,32%)	74,52%	61,55%
7. /psr-2014-2020/bandi-e-finanziamenti/	**5.791** (1,73%)	4.685 (1,81%)	00:01:10	433 (0,27%)	76,21%	29,96%
8. /priorita/	**5.388** (1,61%)	4.314 (1,66%)	00:01:12	1.045 (0,66%)	67,62%	24,61%
9. /eventi/il-valore-del-psr-veneto-risultati-ed-effetti-nella-prospettiva-della-pac-2021-2027/	**5.170** (1,54%)	4.108 (1,58%)	00:02:45	3.745 (2,36%)	79,39%	72,19%
10. /eventi/dialoghi-del-psr-2018/	**4.772** (1,42%)	3.976 (1,53%)	00:03:17	3.435 (2,16%)	84,78%	75,80%

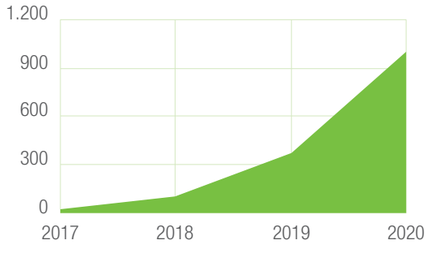
Sorgente

	Acquisizione			Comportamento		
	Sessioni	% nuove sessioni	Nuovi utenti	Frequenza di rimbalzo	Pagine/sessione	Durata sessione media
	158.764 % del totale: 100,00% (158.764)	65,74% Media per vista: 65,71% (0,04%)	104.368 % del totale: 100,04% (104.329)	66,13% Media per vista: 66,13% (0,00%)	2,11 Media per vista: 2,11 (0,00%)	00:01:57 Media per vista: 00:01:57 (0,00%)
1. google / organic	**48.220** (30,37%)	63,37%	30.558 (29,28%)	51,79%	2,72	00:02:50
2. psrveneto / email	**31.068** (19,57%)	48,90%	15.193 (14,56%)	69,72%	1,80	00:01:51
3. (direct) / (none)	**29.719** (18,72%)	78,87%	23.440 (22,46%)	73,74%	1,99	00:01:49
4. m.facebook.com / referral	**23.009** (14,49%)	75,93%	17.471 (16,74%)	85,17%	1,23	00:00:23
5. regione.veneto.it / referral	**5.065** (3,19%)	59,49%	3.013 (2,89%)	39,33%	3,43	00:03:05
6. piave.veneto.it / referral	**2.863** (1,80%)	54,66%	1.565 (1,50%)	51,07%	2,62	00:02:16
7. facebook.com / referral	**2.845** (1,79%)	56,27%	1.601 (1,53%)	71,42%	1,91	00:01:52
8. bing / organic	**1.724** (1,09%)	62,82%	1.083 (1,04%)	45,01%	3,23	00:02:56
9. l.facebook.com / referral	**1.386** (0,87%)	80,95%	1.122 (1,08%)	84,56%	1,32	00:00:40
10. psrveneto / (not set)	**1.088** (0,69%)	74,72%	813 (0,78%)	82,90%	1,35	00:00:44

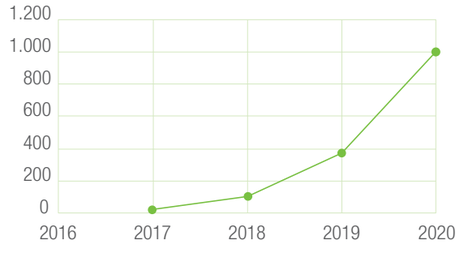
Canali social – Instagram: I canali social del PSR hanno rappresentato, insieme al sistema di mailing, uno degli strumenti più efficaci per le comunicazioni agli utenti. Il social network che ha registrato la maggiore crescita è stato sicuramente Instagram, grazie ad una serie di azioni volte ad aumentare la community (vedi **Instachallenge** "I diari della Terra" del 2020) per un totale di 18.051 interazioni.

Instagram			
Anno	Totale post caricati	Follower	n. interazioni
2017	13	22	118
2018	102	103	3.038
2019	126	369	14.695
2020	153	1.001	200
Totale		**1.001**	**18.051**

Instagram: andamento annuale 2017/2020



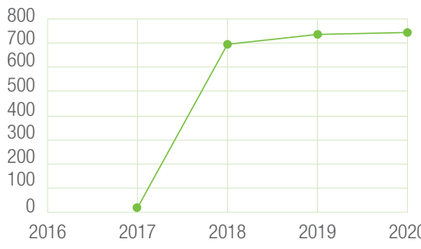
Instagram: confronto 2017/2020



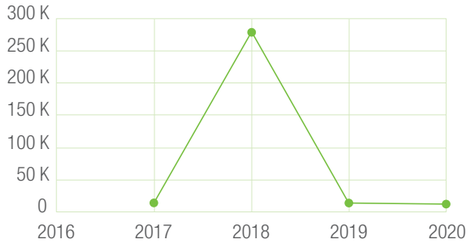
Canali social – Twitter: nell'analisi di questo particolare social bisogna tenere in considerazione la natura e la fruizione del canale da parte degli utenti. La percentuale di utenti italiani iscritti a Twitter (12 milioni a fronte dei 31 milioni di Facebook, 19 milioni di Instagram[1]) è, infatti, inferiore rispetto a quello di Facebook/Instagram in quanto i principali fruitori possono essere definiti come "addetti del settore" essendo un social verticalizzato sulle news. I dati pertanto vanno letti tenendo presente questa premessa.
Il canale Twitter del PSR ha registrato una crescita sostanziale tra il 2017 e 2018 dovuta alla campagna a sostegno e un successivo rallentamento sia in termini di nuovi follower e di visualizzazioni. Per il futuro, necessario valutare eventuali campagne di rinforzo e selezionare contenuti adatti al target del social.

Twitter			
Anno	Visualizzazioni	Follower	Tasso di interazione
2017	14.414	20	1,50%
2018	279.567	697	
2019	13.326	735	1,03%
2020	12.100	742	0,6%
Totali/medie	**319.407**	**742**	**Media 1,04%**

Twitter: confronto follower 2017/2020



Twitter: confronto visualizzazioni 2017/2020



Canali social – Facebook: l'andamento annuo mostra un incremento importante e puntuale delle community in corrispondenza delle campagne digital pianificate. La pubblicazione dei contenuti su Facebook ha seguito una pianificazione integrata tra post organici e contenuti pubblicizzati. Come si evince dal grafico è stata omogenea la crescita tra i "mi piace" e le persone che seguono. La differenza più importante in termini di crescita si è registrata tra il 2018 e il 2019 con un aumento di circa 5.000 followers attestando quindi un andamento costante della community.
Per quanto riguarda il pubblico Facebook, per il 58% sono uomini a fronte del 41% delle donne. La fascia d'età degli utenti che usufruiscono del canale social si attesta sul 28% per 25-34 anni e per il 27% tra 35 e 44 anni. Sui follower della pagina, 8.215 provengono dall'Italia, con Verona, Padova e Venezia.

Facebook				
Anno	Mi piace	Follower pagina*	Interazioni	Copertura organica
2017	160	163	1.235	5.934
2018	3.850	8.457	10.397	573.640
2019	8.188	8.617	31.461	848.903
2020	8.251	8.622	21.035	511.306
Totali			**64.128**	**1.939.783**

** I follower Facebook, che si differenziano dai "mi piace" rappresentano tutti gli utenti che seguono gli aggiornamenti della pagina, senza aver per forza cliccato Like alla pagina.*

1 Dati da https://www.digitalic.it/internet/social-network/statistiche-social-network-2019-italia

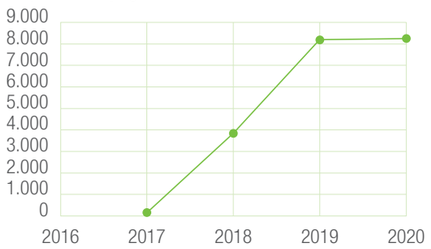
Analisi pubblico pagina Facebook

Paese	I tuoi fan
Italia	8228
Spagna	6
Svezia	3
Romania	3
Belgio	2
Ucraina	2
Francia	2
Brasile	2
Regno Unito	2
Svizzera	2

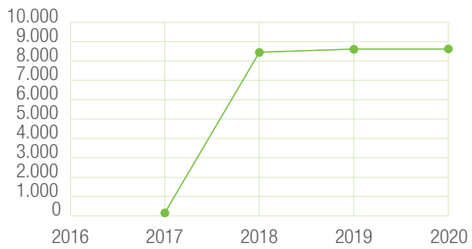
Città	I tuoi fan
Verona, Veneto	1126
Padova, Veneto	491
Venezia, Veneto	354
Vicenza, Veneto	277
Rovigo, Veneto	229
Treviso, Veneto	207
Conegliano, Veneto	148
Belluno, Veneto	116
Bassano del Grappa, V…	104
Este, Veneto	95

Lingua	I tuoi fan
Italiano	8077
Inglese (Regno Unito)	70
Inglese (USA)	56
Francese (Francia)	20
Rumeno	15
Spagnolo	12
Portoghese (Brasile)	5
Tedesco	4
sc_IT	4
Spagnolo (Spagna)	4

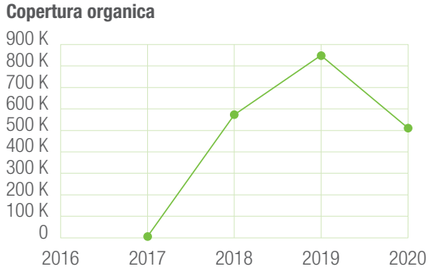
Mi piace alla pagina



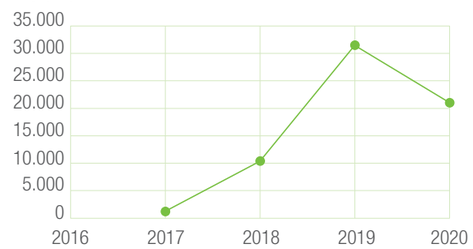
Follower pagina*



Copertura organica



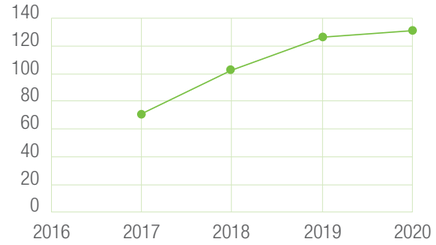
Interazioni



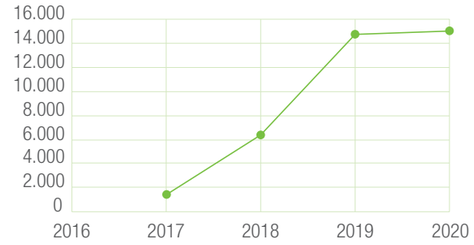
Canali social – Youtube: l'andamento annuo mostra un incremento abbastanza costante della community Youtube e la fruizione dei video da parte degli utenti. Il calo delle numeriche di visualizzazione del 2020 è dovuto anche alla limitata pubblicazione di contenuti all'interno del canale social.

Youtube			
Anno	Totale video caricati	Iscritti	n. visualizzazioni totali
2017	71	6	1.416
2018	102	36	6.401
2019	126	86	14.695
2020	131	97	15.018
Totale	**131**	**97**	**37.530**

Video caricati



Visualizzazioni totali



MAILING MIRATO

Tra le innovazioni di questa specifica area di attività c'è il sistema di mailing mirato che costituisce uno degli strumenti di comunicazione del Programma nei confronti degli utenti. Per la prima volta, infatti, è stata utilizzata una piattaforma professionale per la gestione delle diverse mailing list gestite dall'ADG. Tra i sistemi di mailing troviamo le DEM indirizzate a tutti i target, in quanto comunicazioni "spot", la Comunicazioni al partenariato che contengono informazioni specifiche per il partenariato del PSR, le Segnalazioni alla Rete dedicata ai referenti regionali del PSR e La Newsletter "Sviluppo rurale", inviata mensilmente a tutti i target. I livelli di interazione degli utenti con questo tipo di comunicazione nuova, immediata e tecnologica (se confrontata ai mezzi tradizionali) si è mantenuta a livelli buoni, con un andamento costante nel triennio.

Le **DEM** presentano una media annua totale di tasso di recapito pari al 131,26% con una media di clic sulle aperture del 65,23% su un totale di 3.444,91 mail inviate.

Le **NEWSLETTER** presentano una media annua totale di tasso di recapito pari all'84,29% con una media di clic sulle aperture del 23,12% su un totale di 6.355,90 mail inviate.

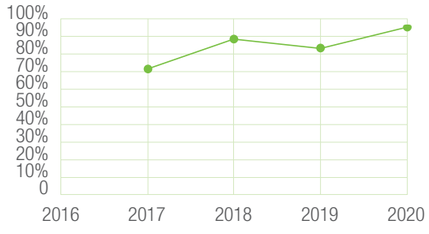
Le **COMUNICAZIONI AL PARTENARIATO** presentano una media annua di recapito totale di 191,64% con una media di clic sulle aperture pari al 26,03%% con una media di destinatari pari al 171,22

Le **SEGNALAZIONI ALLA RETE** presentano una media annua di recapito totale pari a 106,56% con una media di clic sulle aperture pari al 14,71% su una media di destinatari pari a 72,21.

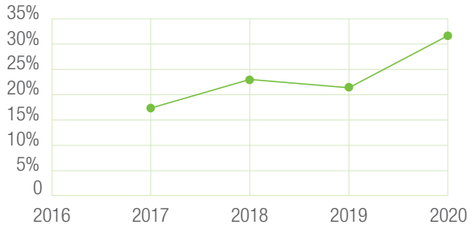
Si evidenzia che, rispetto ai dati intermedi delle annualità presenti nella tabella generale dell'Area, è intervenuto un aggiornamento sul metodo di rilevazione di alcuni dati. Pertanto, per quanto riguarda i dati totali, è possibile fare riferimento alle tabelle di approfondimento dei successivi paragrafi.

Newsletter			
Anno	Media annua tasso di recapito totali	Media annua Clic totali su aperture	Media Totale mail inviate
2017	71,32%	17,11%	5.856,5
2018	88,71%	22,61%	6.411
2019	83,06%	21,29%	6626,08
2020	94,81%	31,50%	6.530
Totale	**84,29%**	**23,12%**	**6.355,90**

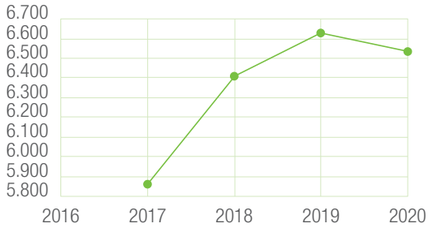
Media annua tasso di recapito totali



Media annua Clic totali su aperture

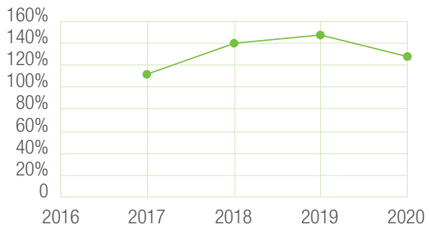


Media Totale mail inviate

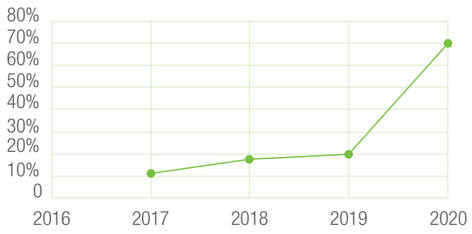


DEM Eventi			
Anno	Media annua tasso di recapito totali	Media annua Clic totali su aperture	Media Totale mail inviate
2017	111%	11%	6.437,54
2018	140%	17%	4.656,58
2019	147%	19,73%	2.601,53
2020	127,06%	70%	84
Totale	**131,26%**	**65,23%**	**3.444,91**

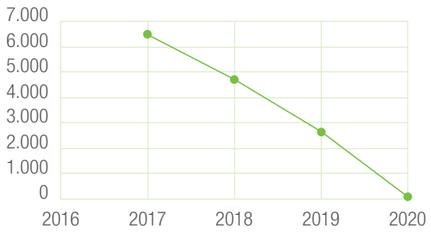
Media annua tasso di recapito totali



Media annua Clic totali su aperture

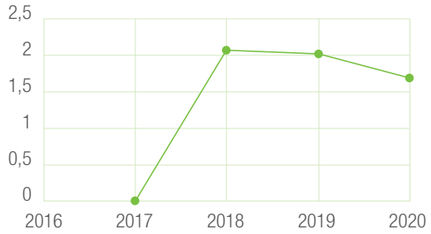


Media Totale mail inviate

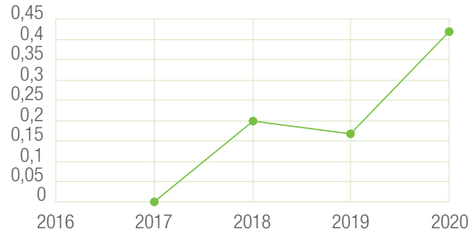


Comunicazione al partenariato			
Anno	Media annua tasso di recapito totali	Media annua Clic totali su aperture	Media totale mail inviate
2017	n.p.	n.p.	n.p.
2018	206,54%	19,76%	178,71
2019	201,31%	16,58%	171,95
2020	167,07%	41,75%	163
Totale	**191,64%**	**26,03%**	**171,22**

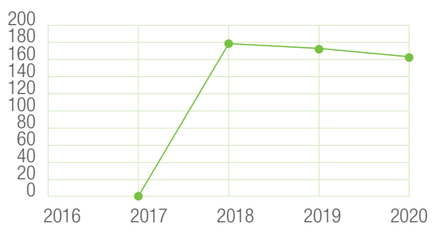
Media annua tasso di recapito totali



Media annua Clic totali su aperture

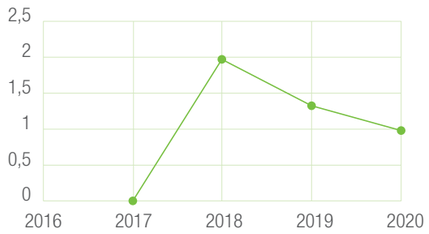


Media Totale mail inviate

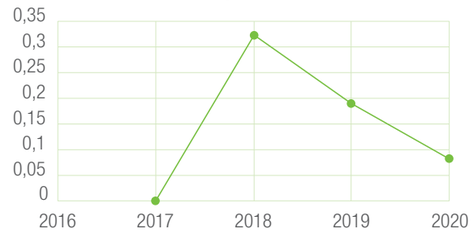


Segnalazione alla rete			
Anno	Media annua tasso di recapito totali	Media annua Clic totali su aperture	Media totale mail inviate
2017	n.p.	n.p.	n.p.
2018	197,25%	32,16%	72,72
2019	130,87%	18,63%	72,91
2020	98,14%	8,06%	71
Totale	**106,56%**	**14,71%**	**72,21**

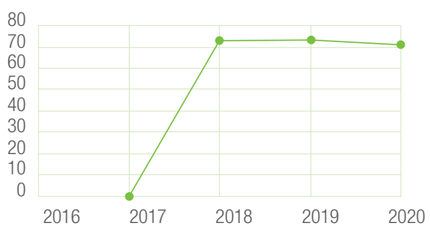
Media annua tasso di recapito totali



Media annua Clic totali su aperture



Media Totale mail inviate



AREA 5

Campagne pubblicitarie

Indicatori	2017	2018	2019	2020	Totale
Indicatori di realizzazione					
n. e articolazione di campagne (dati comprensivi delle campagne accorpate)	n. 1 Campagna “lancio del PSR” (5 Output)	n. 1 Campagna conferenza (3 output accorpati) n. 1 Campagna concorso mobilità (cittadinanza): n. 1 Campagna dialoghi (beneficiari):	n. 1 Campagna sulla promozione del concorso “Agricoltura che Avventura” n. 1 Campagna sui Risultati interme di del PSR 2014-2020 n. 1 Campagna sulla promozione della docuserie (2 output accorpati)	n.1 Campagna promozione Bandi 2020	n. 15 campagne (8 campagne accorpate)

APPROFONDIMENTI – AREA 5

Televisione: La pianificazione TV, come si evince dal prospetto complessivo, ha visto un incremento dal 2017 al 2018 per il quantitativo del numero di speciali previsti: 9 del 2017, 47 del 2018 passando da 350 passaggi a 390 per il 2018. La sostanziale differenza è relativa alla diversa articolazione delle testate TV: 9 testate per il 2017 e 5 testate nel 2018. Tra il 2018 e il 2019, invece si è registrato un decremento quantitativo del numero di speciali previsti passando da 47 a 6. Nel 2020 si sono registrati 2 numeri speciali per un totale di 20 passaggi su due emittenti.

Come si evince dal prospetto, il totale di spot prodotti sono stati 14 per un totale di 760 passaggi totali. I numeri speciali si attestano invece su 64.

Campagna TV	2020			2019			2018			2017		
Emittenti	n. spot	Spot 30”/ pass.	n. speciali	n. spot	Spot 30”/ passaggi	n. speciali	n. spot	Spot 30”/ passaggi	n. speciali	n. spot	Spot 30”/ passaggi	n. speciali
7 gold						1	1	50	31	1	50	3
Rete Nord						1	2	120	10	1	50	2
Canale Italia						2	1	50	2	1	50	
TV7 Triveneta										1	50	
TV7 News										1	50	
Antenna3						1	1	50	2	1	50	
Rete Veneta						1	2	120	2	1	50	2
TVA												1
Telechiara												1
Telearena		4	1									
Telenuovo		16	1									
Totale per anno		**20**	**2**			**6**	**7**	**390**	**47**	**7**	**350**	**9**

Campagna TV – prospetto			
	n.spot totali	n.spot 30”/passagi totali	n.speciali totali
2017	7	350	9
2018	7	390	47
2019	--	--	6
2020	--	20	2
Totale	**14**	**760**	**64**

Stampa e banner: La pianificazione stampa ha coinvolto un totale di 7 testate e previsto la pubblicazione di 29 uscite/avvisi totali. Nel confronto tra le tre annualità si vede una diminuzione della pianificazione e realizzazione delle uscite stampa, passando da 20 avvisi del 2017 a 1 del 2019. La scelta dettata dalla necessità di definire media mix adeguati alla tipologia di target ma soprattutto per oggetto di comunicazione. Sono stati infatti preferiti formati web di comunicazione al fine di valorizzare aspetti differenziati nelle diverse campagne.

Il totale dei lettori stimati, alla fine del triennio di esecuzione del servizio si attesta su quasi otto milioni (7.726.000) su un totale di 29 avvisi pubblicati e 7 testate coinvolte nel triennio.

Campagna stampa	2017		2018		2019	
Testate	n. avvisi	Lettori totali	n° avvisi	Lettori totali	n° avvisi	Lettori totali
Il Gazzettino Veneto	2	974.000	2	974.000	1	974.000
L’Arena di Verona	3	684.000	1	228.000	0	
Il Giornale di Vicenza	3	1.467.000	1	489.000		
Il Mattino di Padova	3	531.000	1	177.000	0	
La Tribuna di Treviso	3	486.000	1	162.000	0	
La Nuova di Venezia e Mestre	3	288.000	1	96.000	0	
Corriere delle Alpi	3	147.000	1	49.000	0	
Totale	**20**	**4.577.000**	**8**	**2.175.000**	**1**	**974.000**

Campagna stampa – prospetto		
	n.avvisi	Lettori totali
2017	20	4.577.000
2018	8	2.175.000
2019	1	974.000
2020	--	--
Totale	**29**	**7.726.000**

La **pianificazione banner** nel 2018 aveva previsto 6 testate di informazione rispetto a quella del 2017 aggiungendo due testate indirizzate ad un target giovani. L'incremento delle impression tra il 2017 e il 2018 è stato pari al 34,83%. Nel 2019 c'è stato un ricorso sistematico e spinto prevalentemente sul digitale coinvolgendo 6 testate di informazione selezionate per la loro capillarità sul territorio veneto e hanno permesso il raggiungimento di 10.976.648 impression.

Come si evince dalle tabelle seguenti, la pianificazione banner ha permesso di raggiungere un totale di più di 15mila impression (15.646.940) per un totale di 9 testate coinvolte nel trienno (20 testate in totale).

Campagna web banner 2017 (2 settimane unica campagna)		Campagna web banner 2018 (2 settimane su campagne differenziate)		Campagna web banner 2019 (2 settimane campagne differenziate)		Campagna web banner 2020	
Testate	Impression erogate	Testate	Impression erogate	Testate	Impression erogate	Testate	Impression erogate
Il Gazzettino	760.078	Il Gazzettino	760.078	Il Gazzettino	2.618.138	Il Gazzettino	560.013
Arena	164.663	Arena	200.020	Arena	8.358.510		
Corriere Alpi	94.002	Mattino Padova	259.495	Corriere Alpi			
Mattino Padova	268.015	Tribuna Treviso	62.713	Nuova Venezia			
Nuova Venezia	130.017	Giornale Vicenza	200.015	Tribuna Treviso			
Tribuna Treviso	126.008	Nuova Venezia	128.156	Giornale Vicenza			
Giornale Vicenza	200.002	Corriere Alpi	94.012	Il Mattino di Padova			
		Tribuna Treviso	63.005				
		studenti.it/ Skuola geotarget Veneto	450.000				
		Repubblica network scuola e lavoro	150.000				

Campagna web banner – prospetto		
	Totale testate	Impression erogate
2017	7	1.742.785
2018	10	2.367.494
2019	2	10.976.648
2020	1	560.013
Totale	**20**	**15.646.940**

Radio: la **pianificazione radio** è stata inserita nel 2018, data la necessità di intercettare anche il target giovane, che risulta essere più sensibile al mezzo radio e web, rispetto alla stampa di informazione e TV locale; il mezzo radio è stato utilizzato anche per promuovere la Conferenza Regionale dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale. La pianificazione radio è stata inserita all'interno della campagna pubblicitaria in concomitanza con la Fiera Agricola di Verona a supporto della comunicazione dell'apertura dei nuovi bandi PSR del 2020. Nel complesso le emittenti coinvolte sono state 10

Campagna Radio 2018			Campagna Radio 2020		
Radio	N. spot	Tot. Contatti	Radio	N. spot	Tot. Contatti
Radio Birikina	120	1.221.000	Radio Company	35	2.709.000
Radio Bella e monella	120	824.000	Radio 80	35	
Radio Gelosa	50	747.000	Radio Company Easy / Radio Wow Veneto	35	
Radio Piter Pan	120	727.000	Radio Easy Network	35	
Radio Sorriso	50	127.000	Radio Padova	35	
Radio Marilù	50	58.000			
Radio Company	70	440.000			
Totale	**580**	**4.144.000**		**175**	**2.709.000**

Campagna radio – prospetto		
	N. spot	Tot. contatti
2017	--	--
2018	580	4.144.000
2019	--	--
2020	175	2.709.000
Totale	**755**	**6.853.000**

Risultati Campagna di promozione della docuserie nei cinema: Nel 2019 è stata promossa la docuserie "Storie di Sviluppo Rurale" attraverso una campagna cinema; di seguito si riportano i principali dati:

N. schermi	Formato	Periodo	Contatti raggiunti
80 schermi sui cinema: Marcon, Mestre, Verona, Lugagnano, Silea, Torri di Quartesolo, Limena	Video trailer 120"	dal 17 al 30 ottobre 2019	135.486

AREA 6

Pubblicazioni e materiali

Indicatori	2017	2018	2019	2020	Totale
Indicatori di realizzazione					
n. di pubblicazioni e tipologia realizzati	n. 1 pubblicazione cittadinanza n. 2 pubblicazioni beneficiari n. 3 kit evento n. 1 pubblicazione tecnico-divulgativa	n. 1 pubblicazione cittadinanza n. 3 pubblicazioni beneficiari n. 2 Kit evento n. 3 pubblicazione tecnico-divulgativa	n. 1 pubblicazione cittadinanza n. 3 Pubblicazioni tecnico divulgative	n. 1 Pubblicazioni tecnico divulgative n. 1 pubblicazioni beneficiari	n. 3 pubblicazioni cittadinanza n. 6 pubblicazioni beneficiari n. 5 kit evento n. 8 pubblicazioni tecnico-divulgative
Indicatori di risultato					
n. copie stampate/	18.300 copie stampate	21.330 copie stampate	6.150 copie stampate	3.040 copie stampate	48.820 copie stampate
Indicatori di trasparenza					
Livello di diffusione e condivisione delle pubblicazioni realizzate	n. 10 occasioni di condivisione	n. 18 occasioni di condivisione	n. 18 occasioni di condivisione		n. 46 occasioni di condivisione

APPROFONDIMENTI – AREA 6

Tabella complessiva dei prodotti e loro diffusione per anno e totale

	Copie stampate	Copie distribuite	Copie stampate	Copie distribuite
	2017		2018	
Kit supporto eventi				
Cartelline porta documenti personalizzate	2.000	1.230	1.500	1.447
Penne personalizzate	2.000	1.240	1.500	1.447
USB	1.800	1.230		
Zaino			1.100	1.100
Shopper				
Gadget lattina	1.000	650		
Borracce				
Pubblicazioni dedicate alla cittadinanza				
Pieghevole cittadinanza sul PSR (2017)	1.000	650		
Bussola del PSR (2018)			4.330	3.300
Album bambini (2017)	1.000	650		
Pubblicazioni dedicate ai beneficiari				
Agenda 2018	2.000	1.440	1.100	1.100
Vademecum 2018	2.000	1.240	2.000	2.000
Vademecum 2019			1.200	800
Depliant inserto (compreso nella campagna beneficiari 2018)	5.000	3.500		
Vademecum bandi 2020				
Planner Storie di sviluppo rurale			1.200	1.100
Pubblicazioni a carattere tecnico divulgativo				
Sintesi del Rapporto di Valutazione ex- post del PSR Veneto 2007-2013	500	190		
Comunicazione e sviluppo locale			1.200	852
Cooperare in agricoltura facendo rete			1.200	
Album bambini (ristampa 2019)			5.000	2.120
Factsheet - Brochure consultazione				
Raccolta Agricoltura che avventura 2018				
Rapporto divulgativo Valutazione Intermedia PSR 2014-2020				
Pubblicazione “Una terra da inventare”				
Raccolta Agricoltura che avventura 2019				
TOTALE	**18.300**	**12.020**	**21.330**	**15.266**

Di seguito una tabella riassuntiva dei download complessivi al 3 giugno 2020 delle pubblicazioni caricate in formato elettronico sul sito del PSR veneto.

Pubblicazioni on-line	Download
Relazione finale	5
PSR 2014-2020	474
Agricoltura Veneta 2030	286
Bussola del PSR	481
Comunicazione e sviluppo locale	299
Guide pratiche al PSR	385
Storie di Chicco	183
Introduzione al PSR	238
Risultati 2018	66
Introduzione guidata (tool utility)	100
Cooperare facendo rete	83
Infrastrutture verdi	141
Contarin Punto Pac	8
Sintesi PSR	57
Totale	**2.806**

Copie stampate	Copie distribuite	Copie prodotte	Copie prodotte	Totale prodotte	Totale distribuite	Totale disponibili
2019		2020		36 mesi		
1.000	267	10	10	**4.510**	**2.954**	**1.556**
1.000	267	10	10	**4.510**	**2.964**	**1.546**
50				**1.850**	**1.850**	**---**
				1.100	**1.100**	**---**
1.500	1.500	500	500	**2.000**	**1.500**	**500**
	90			**1.000**	**1.000**	**---**
500	216			**500**	**216**	**284**
				1.000	**700**	**300**
	330			**4.330**	**4.330**	**---**
				1.000	**1.000**	**---**
				3.100	**3.100**	**---**
				4.000	**3.920**	**80**
	38			**1.200**	**1.200**	**---**
				5.000	**5.000**	**---**
		2.000		**2.000**	**1.750**	**250**
				1.200	**1.200**	**---**
				500	**450**	**50**
				1.200	**852**	**348**
				1.200	**1.170**	**30**
	1.750			**5.000**	**3.870**	**1.130**
400	378			**400**	**378**	**22**
1.200	1.073			**1.200**	**1.073**	**127**
500	200		110	**500**	**310**	**190**
		1.000		**1.000**	**0**	**1.000**
		1.100		**1.100**	**0**	**1.100**
6.150	**6.109**	**4.620**	**630**	**50.400**	**36.107**	**14.293**

AREA 7

Ufficio Stampa e Pubbliche Relazioni

Indicatori	2017	2018	2019	2020	Totale
Indicatori di realizzazione					
n. contatti media realizzati	n. 140 contatti media	-	-	-	n. 140 Contatti media
n. comunicati stampa realizzati	n. 8	n. 14	n. 8	n. 6	n. 36
n. incontri stampa realizzati	n. 1 Conferenza stampa	n. 1 Conferenza evento	n.1 Press Tour (OUTPUT INTEGRATIVO)	-	n. 3
n. cartelle stampa realizzate	n. 1	n. 1	n. 2	n. 1	n. 5
Indicatori di risultato					
n. di uscite monitorate	n. 12 uscite	n. 32 uscite	n. 28 uscite	n.45 uscite nel trimestre	n. 117 uscite monitorate
Livello di partecipazione dei media alle attività	n. 4 Giornalisti	n. 14 Giornalisti	n. 7 giornalisti partecipanti al Press Tour n. 6 aziende coinvolte nel Press tour		n. 25 Giornalisti coinvolti
Indicatori di trasparenza					
Livello di diffusione e condivisione delle informazioni verso i media (indice di diffusione comunicati/uscite stampa)	12 uscite a fronte di 8 comunicati -> 1,5	32 uscite a fronte di 14 comunicati -> 2,28	28 uscite a fronte di 8 comunicati -> 3,5		Indice medio di diffusione e condivisione -> 2,42

APPROFONDIMENTI – AREA 7

L'area 7 ha rappresentato l'area con maggiore realizzazione di output finali. Fondamentale è stata, già durante la prima annualità, la creazione di un database di contatti di giornalisti sui quali è stato portato avanti un lavoro costante di monitoraggio, sia per rilevare le uscite, sia per intercettare tematiche e fabbisogni delle redazioni.

L'output integrativo h – Press Tour ha rappresentato una vera e propria occasione per la stampa per aumentare la conoscenza del programma e del PdC.

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 i seguenti articoli pubblicati su "La Repubblica", su "Ansa" e altri quotidiani locali:

Rassegna stampa Press Tour PSR Veneto		
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
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	22.10.2019
Sant'Erasmo e Tenuta Planitia, due case history di agricoltura ecosostenibile. Il sostegno del Psr	Il Mattino di Padova	14.10.2019
Dai trattori sui trampoli a primizie, Veneto fa innovazione	Terra & Gusto – Ansa	8.10.2019
Dalla coltivazione al brand: la storia della famiglia Tomezzoli	La Repubblica	22.01.2020
Fare agricoltura pensando al sociale è possibile: la storia di Caresà, azienda del padovano	La Repubblica	27.01.2020
Sviluppo rurale ad alta quota: succede in Veneto	La Repubblica	04.02.2020
Sviluppo rurale e agricoltura sostenibile	Mondointasca.it	08.02.2020
Coltivare biologico, la scelta di Enrica: "Ho lasciato un posto fisso. Ora mi dedico con amore al mio meleto"	La Repubblica.it	17.02.2020

AREA 8

Eventi, incontri e seminari

Indicatori	2017	2018	2019	2020	Totale
Indicatori di realizzazione					
n. tipologia eventi realizzati	10 eventi	17 eventi	7,67 eventi (+ 5 Ca Foscari)	6,33 eventi	41 eventi complessivamente organizzati nel periodo
Indicatori di risultato					
Livello di partecipazione registrato agli eventi realizzati	1.919 partecipanti complessivi su tutti i target	1.433 partecipanti complessivi su tutti i target	1.290 partecipanti complessivi su tutti i target	66 partecipanti complessivi su tutti i target	4.708 partecipanti complessivi su tutti i target nel periodo
Livello di efficacia degli eventi realizzati	Indice di gradimento: punteggio medio risposta a 4,12 (su scala 1-5)	Indice di gradimento: punteggio medio risposta a 4,06 (su scala 1-5)	Indice di gradimento: punteggio medio risposta a 4,18 (su scala 1-5)	Indice di gradimento: punteggio medio risposta a 4,2 (su scala 1-5)	Indice di gradimento: punteggio medio nel periodo a 4,14 (su scala 1-5)
Indicatori di trasparenza					
Livello di utilità ed interesse percepito in relazione all'evento	Livello di gradimento alto: 57% target partenariato 65,5% target beneficiari	Livello di gradimento alto: 64,72%	69%, interesse percepito incontro partenariato 80%utilità incontro partenariato	Non previsto	
Livello di efficacia rispetto alla conoscenza del PSR e del FEASR	Target beneficiari: 52% PSR - 27% FEASR	Workshop: 87,8% interesse 93,5% utilità Conferenza: 71,3% interesse e utilità Dialoghi: 63% interesse e utilità	83,60% Conoscenza del PSR (Conferenza) 59,70% Conoscenza FEASR (Conferenza)	Non previsto	
Livello di conoscenza su enti che finanziano PSR	Target beneficiari: per il 44% UE, per il 37,77% la Regione del Veneto, per il 14,26% lo Stato Italiano	Target beneficiari: per il 44% UE, per il 37,77% la Regione del Veneto, per il 14,26% lo Stato Italiano	Non previsto	Non previsto	
Livello diffusione e informazioni negli eventi	Livello di gradimento alto: 57% target partenariato 65,5% target beneficiari	Livello di gradimento alto: 64,72%	Non previsto	3 occasioni di condivisione (eventi sul territorio)	Media di livello gradimento 62,40%

APPROFONDIMENTI – AREA 8

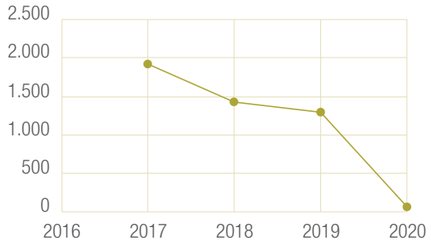
Aldilà della contabilizzazione economica degli output, nella tabella seguente si indicano gli eventi realizzati.

Tipologia evento	Evento	n. presenze complessive	Target coinvolti
Comitato di sorveglianza	4	152	Rete interna del PSR
Evento Partenariato	5	861	Partenariato e operatori economico-sociali
Eventi dedicati alla cittadinanza	12 (+5 incontri Ca' Foscari realizzati in partnership con la Regione Veneto*)	1.267	Cittadinanza (fattorie didattiche, Istituti Agrari, famiglie, bambini)
Eventi dedicati ai beneficiari	16	2.155	Beneficiari, potenziali beneficiari
Seminari e workshop	4	273	GAL, referenti PEI AGRI, partenariato
Totale	41 (+5)	4.708	

**all'interno della tabella sono inseriti anche i 5 eventi dedicati alla cittadinanza che l'Università Ca' Foscari di Venezia ha organizzato in partnership con la Regione del Veneto*

Gli eventi hanno visto una buona partecipazione da parte degli utenti con 4.434 partecipanti complessivi su tutti i target nel periodo; di seguito un prospetto dell'andamento della partecipazione tra le diverse annualità e dell'indice di gradimento espresso dai partecipanti tramite i questionari di valutazione. L'andamento si attesta su una media di 4,15 su una scala che va da 1 a 5.

Livello di partecipazione



Indice di gradimento

Tasso di partecipazione a confronto tra le annualità del Concorso istituti agrari

La tabella riportata di seguito evidenzia la differenza tra la partecipazione al Concorso Istituti Agrari tra la prima e la seconda edizione. Complessivamente tra le due edizioni c'è stato un incremento di +1 scuole partecipanti anche se nel 2021 sono pervenute 20 proposte a fronte delle 21 dell'anno precedente. Gli studenti coinvolti sono diminuiti attestandosi a 109 nel 2020 rispetto ai 116 dell'annualità precedente. L'aumento più alto (+3) riguarda la tipologia di contenuto inviato, i video quindi risultano essere la tipologia di prodotto preferito dalle classi partecipanti. Nel complesso la seconda edizione ha confermato i numeri della prima, ma senza migliorarli.

	Concorso 2018-2019 1ª edizione	Concorso 2019-2020 2ª edizione	Differenza	Totale
Scuole partecipanti	8	9	+1	**17**
Proposte pervenute	21	20	-1	**41**
Studenti coinvolti	116	109	-7	**225**
Tutor	18	14	-4	**32**
Modalità partecipazione				
Classe/Gruppo classe	16	12	-4	**28**
Interclasse	1	2	+1	**3**
Individuale	4	6	+2	**10**
Prodotti multimediali				
Slide	16	11	-5	**27**
Video	4	7	+3	**11**
Fotoracconto	1	0	-1	**1**
Video+Slide	0	2	+1	**2**

Tasso di partecipazione a confronto tra le annualità del Concorso "Agricoltura che Avventura!"

Il concorso "Agricoltura che Avventura!" è il concorso che nasce con l'obiettivo di raccontare ai più piccoli cos'è il Programma di Sviluppo Rurale del Veneto e in che modo contribuisce a migliorare l'agricoltura, proteggere la natura e i suoi prodotti. L'Edizione 2018 è stata lanciata durante l'evento di cittadinanza del 17 dicembre 2017 successivamente rilanciata nel 2018 con una campagna di comunicazione digital ad hoc. L'edizione 2019 è stata lanciata con una campagna digital ad hoc, oltre all'organizzazione il 13 ottobre 2019 dei laboratori didattici nelle sette province venete nell'ambito della Giornata delle Fattorie Didattiche. I premi sono stati recapitati ai vincitori essendo stato annullato, a causa dell'emergenza sanitaria, l'evento di premiazione previsto per il 26 febbraio 2020 (sono stati conferiti premi a 9 vincitori e 5 menzionati.

	Concorso 2018-2019 1ª edizione	Concorso 2019-2020 2ª edizione	Totale
Evento di presentazione	12.02.2019	13.10.2019	--
Vincitori	3	3	6
Menzionati	5	9	14
Elaborati pervenuti	32	54	86

AREA 9

Produzione materiali multimediali

Indicatori	2017	2018	2019	2020	Totale
Indicatori di realizzazione					
n. video realizzati	n. 3	n. 14,5	n. 15	n. 1,5	n. 34
Indicatori di risultato					
Livello di diffusione degli output video attraverso gli eventi	n. 1.041 partecipanti raggiunti	n. 1.447 partecipanti raggiunti	n. 1.447 partecipanti raggiunti	Non rilevato	n. 3.935 partecipanti raggiunti
Indicatori di trasparenza					
					Youtube visualizzazioni totali video: 5.028 visualizzazioni totali canale: 22.413 **Facebook**[2] visualizzazioni totali 114.299 minuti totali di visualizzazione: 121.636

APPROFONDIMENTI – AREA 9

La produzione dei materiali video e multimediali ha seguito lo sviluppo del PdC e delle sue azioni. Gli utenti hanno mostrato un costante e crescente apprezzamento dei materiali con le visualizzazioni Youtube che si assestano sui 5.028 visualizzazioni dei singoli video (valorizzati come "output"), a queste visualizzazioni si aggiungono le visualizzazioni di tutti gli altri contenuti multimediali caricati all'interno del canale Youtube ufficiale del PSR che ammontano a 15.742 (video interviste, storie, altri contenuti) per un totale di 20.770 visualizzazioni totali a fronte dei 22.413 utenti che visitano il canale del PSR (utenti che entrano nel canale e che, non necessariamente, visualizzano i video) e le visualizzazioni video Facebook che si attestano sui 114.299 (si rimanda alle tabelle di approfondimento per le visualizzazioni per ogni video, per canale).

I contenuti multimediali, come si evince dalla tabella di livello di efficacia degli output video, sono stati veicolati sui principali canali social del PSR in due modalità: diffusione organica o diffusione con supporto di campagna pubblicitaria.

I video sono stati inoltre veicolati all'interno degli eventi destinati agli specifici target: incontri di Partenariato, workshop e Comitati di Sorveglianza, durante i quali sono stati diffusi i video relativi ai risultati dell'indagine intermedia. Durante gli eventi destinati alla cittadinanza, specie nelle occasioni di incontro con gli studenti universitari, sono stati diffusi i video di promozione dei bandi di mobilità internazionale promossi dal PSR Veneto in collaborazione con gli atenei della regione.

2 Per il dettaglio si rimanda alle tabelle di seguito

Materiali Multimediali	2017	2018	2019	2020
Cittadinanza		**Le avventure di Chicco** Durata: 30' Visualizzazioni: 264 Tipologia: infografica animata	**"Conosci l'agricoltura Europea?"** Durata: 6 domande a risposta multipla Tipologia: game interattivo	**Video risultati PSR** Durata: 3,15' Visualizzazioni: 14 Tipologia: infografica animata
		La Bussola del PSR Durata: 1,26' Visualizzazioni: 100 Tipologia: infografica animata	**Video risultati valuazione intermedia** Durata: 4,57' Visualizzazioni: 268 Tipologia: infografica animata	
Beneficiari	**Video sui rislutati del PSR 2007/2013** Durata: 3' Visualizzazioni: 294	**Tutorial domande PSR** Durata: 2,29' Visualizzazioni: 94 Tipologia: infografica animata		
	Video sulla PAC post 2020 Durata: 5,06' Visualizzazioni: 152			
Video relativi a contenuti del PSR Veneto 2014-2020	**Spot dedicato ai canali di comunicazione del PSR** Durata: 30" Visualizzazioni: 42 Tipologia: infografica animata	**Sviluppo Locale Leader** Durata: 3' Visualizzazioni: 376 Tipologia: realizzato montaggio video e fotografico con insert di animazione grafica e infografiche animate	**"Storie di Sviluppo rurale" - trailer docuserie** Durata: 2,08' Visualizzazioni: 294 Tipologia: realizzato in montaggio video e fotografico con inserti di animazione grafica e infografiche animate	
		Piano di Comunicazione Pluriennale 2014-2020 Durata: 2,23' Visualizzazioni: 144 Tipologia: infografica animata	**Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 1.1** Durata: 5,47' Visualizzazioni: 441 Tipologia: video intervista con insert immagini introduzione e finale	
		Promozione della Conferenza dell'Agricoltura (video Spot tv) Durata: 30' Visualizzazioni: 152 Tipologia: animazione grafica con taglio informativo	**Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 1.2** Durata: 5,52' Visualizzazioni: 191 Tipologia: video intervista con insert immagini introduzione e finale	
		La Pac che verrà Durata: 7,14' Visualizzazioni: 1.244 Tipologia: video intervista con sottopancia e introduzione iniziale e finale, insert testuali	**Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 2** Durata: 6,14' Visualizzazioni: 88 Tipologia: video intervista con insert immagini introduzione e finale	

Materiali Multimediali	2017	2018	2019	2020
Video relativi a contenuti del PSR Veneto 2014-2020	**Spot dedicato ai canali di comunicazione del PSR** Durata: 30" Visualizzazioni: 42 Tipologia: infografica animata	**Promozione del Bando di mobilità internazionale** Durata: 30' Visualizzazioni: 88 Tipologia: video intervista con sottopancia e intro iniziale e finale, insert testuali	**Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 3** Durata: 8,42' Visualizzazioni: 144 Tipologia: video intervista con insert immagini introduzione e finale	**Video risultati PSR** Durata: 3,15' Visualizzazioni: 14 Tipologia: infografica animata
			Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 4 Durata: 5,54' Visualizzazioni: 123 Tipologia: video intervista con insert immagini introduzione e finale	
			Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 5 Durata: 6,59' Visualizzazioni: 132 Tipologia: video intervista con insert immagini introduzione e finale	
			Video rislutati 2018. per CDS Durata: 4,18' Visualizzazioni: 52 Tipologia: info grafica animata	
			Video Conferenza sull'Agricoltura Durata: 1,43' Visualizzazioni: 345 Tipologia: montaggio video e fotografico con inserti di animazione grafica e infografiche animate	
			Video risultati indagine intermedia Durata: 2,26' (beneficiari), 2,32' (cittadini), 1,54' (portatori di interesse) Visualizzazioni: 124 beneficiari; 67 cittadini; 63 portatori di interesse Tipologia: infografica animata	
Prodotti multimendiali interattivi per la visualizzazione (chart) e interazione (personalizzazione delle informazioni)	**n. 2 DataViz "Avanzamento fisico" e "Avanzamento finanziario"**			
	Video in relazione alle attività riprese realizzate per le 47 interviste dei casi di successo			
	Depliant informativo multimediale			

Livello di efficacia degli output video

In linea generale i prodotti video hanno ottenuto un buon livello di diffusione, grazie alla capacità di raggiungimento dei target in occasioni differenti e su diverse piattaforme. La media di visualizzazioni dei video su Youtube è di 229,18 con un picco di 1.244 visualizzazioni per il video "La Pac che verrà"; la media di Visualizzazioni su Facebook è di 291,83.

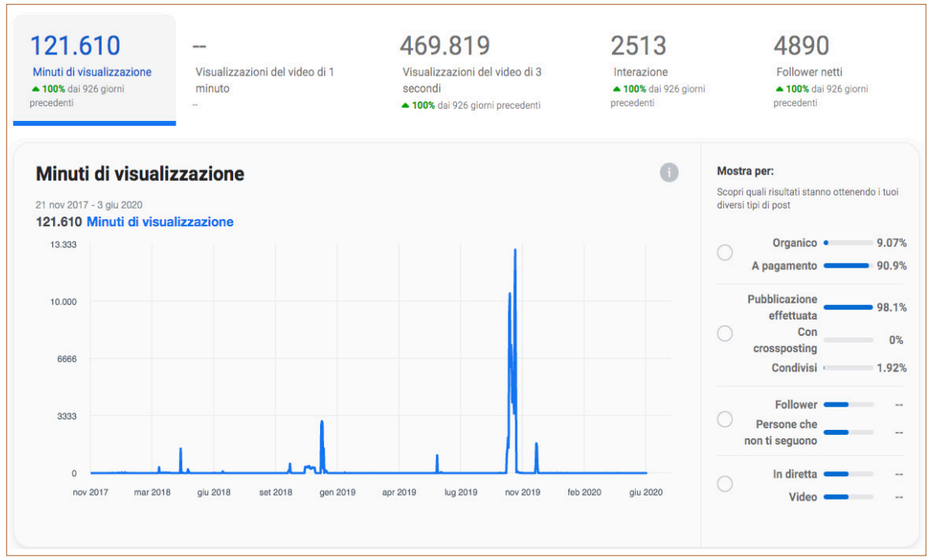
Visualizzazioni video PSR Veneto

Anno	Video	Youtube	Facebook	Sito internet	Eventi / Iniziativa correlata
2017	Video sui risultati del PSR 2007/2013	294	134		CdS
	Video sulla PAC post 2020	152			Conferenza Regionale Agricoltura e eventi sul territorio
	Spot dedicato ai canali di comunicazione del PSR	42	31		Campagna TV
2018	Le avventure di Chicco	264	800		Campagna digital
	La Bussola del PSR	100	434		Evento di lancio concorso il "PSR per i giovani" - Istituti Agrari
	Tutorial domande PSR	94			Eventi sul territorio
	Sviluppo Locale Leader	376	656		Eventi sul territorio
	Piano di Comunicazione Pluriennale 2014-2020	144	494		Incontri di partenariato; workshop
	Promozione della Conferenza dell'Agricoltura (video Spot tv)	152	104		Conferenza Regionale sull'Agricoltura
	La Pac che verrà	1244	349		Eventi sul territorio
	Promozione del Bando di mobilità internazionale	88	27.425		Campagna digital e TV
	n. 2 DataViz "Avanzamento fisico" e "Avanzamento finanziario"		4.678	4.678	
	Video in relazione alle attività riprese realizzate per le 47 interviste dei casi di successo		17.372	17.372	
	Depliant informativo multimediale	-	-	-	Consegnato ai 9 SUA
2019	"Conosci l'agricoltura Europea?"		131	131	Evento di lancio del concorso il "PSR per i giovani" - Istituti Agrari
	"Storie di Sviluppo rurale" - trailer docuserie	294	61.356		Campagna UCI Cinema, campagna digital
	Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 1.1	441	12.370		Campagna Digital
	Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 1.2	191	13.419		Campagna Digital
	Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 2	88	13.293		Campagna Digital
	Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 3	144	5.560		Campagna Digital
	Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 4	123	10.862		Campagna Digital
	Storie di sviluppo rurale tra presente e futuro - puntata 5	132	13.783		Campagna Digital
	Video risultati 2018. per CDS	52	234		CdS
	Video Conferenza sull'Agricoltura	345	105		Conferenza Regionale dell'Agricoltura
	Video risultati indagine intermedia	254	230		CdS
2020	Video risultati PSR	14	-		
Totale		**5.028**	**183.820**	**22.181**	

Nella tabella vengono presi in considerazione i video valorizzati come "output" nel quadro del servizio, Ulteriori video sono stati prodotti nello svolgimento del Piano e sono disponibili sul sito PSR e nel canale Youtube

Facebook – periodo 21.20.17/03.06.20

Video caricati: n. 34 Visualizzazioni totali: n 183.820 Minuti totali di visualizzazione: 121.636



Analytics Video Facebook in dettaglio:

Video	Data dell'aggiunta	Minuti di visualizzazione	Visualizzazioni del video di 1 minuto	Visualizzazioni del video di 3 minuti[3]	Interazioni
Guarda il trailer della...	16/10/2019 14:47	14.139	1799	61.316	254
Sviluppo locale e aree rurali	28/10/2019 10:48	13.780	1028	54.959	221
Imprese agricole più...	17/10/2019 17:26	13.417	1173	53.146	318
Ambiente, ecosistemi e...	23/10/2019 11:00	13.293	1101	48.442	196
Imprese agricole più...	17/10/2019 10:14	12.370	1062	48.740	191
Per un'agricoltura a basse...	25/10/2019 17:46	10.862	997	41.153	146
Conferenza regionale...	10/12/2018 11:58	8978	0	46.615	164
Bando di mobilità...	13/11/2018 14:50	5700	0	27.424	100
Sostegno alla filiera...	25/10/2019 12:18	5560	359	21.930	60
2da edizione del concorso...	11/10/2019 15:10	3460	0	17.213	56
--	20/04/2018 09:48	1782	0	825	25
Seminario di apertura -...	14/12/2018 09:16	1738	0	465	38

3 La dicitura "visualizzazione del video di 3 secondi" è esemplificativa del fatto che gli analytics video su Facebook prendono in considerazioni solo le visualizzazioni video di almeno 3 secondi.

Conferenza regionale...	21/06/2019 09:11	1039	42	437	37
Il sostegno all'agricoltura...	15/03/2018 11:00	713	0	1237	40
Il PSR per i giovani – I.S.S...	19/10/2018 10:01	616	0	508	355
Sviluppo locale LEADER	17/10/2018 12:57	299	0	656	41
"IL PSR PER I GIOVANI" – 2"...	18/10/2019 10:02	225	24	354	12
Studia in Europa con il PSR...	18/12/2018 15:15	210	0	1009	17
La Comunicazione del PSR...	02/05/2018 15:55	206	0	493	20
Agricoltura, che avventura!...	29/06/2018 17:04	187	0	796	62
La bussola del PSR Veneto	18/10/2018 12:24	136	0	434	19
Insieme verso il 2030	14/12/2018 11:27	126	0	348	17
Misura 4 - PSR Veneto	17/01/2018 14:36	126	0	178	7
Consigli utili per la...	12/12/2018 10:08	111	0	225	8
Il PSR per i giovani - ISISS...	16/10/2018 10:04	100	0	112	26
Le priorità dell'agricoltura...	27/06/2019 13:42	85	19	287	9
Risultati ed effetti del PSR...	06/12/2019 09:28	72	14	217	13
PSR Veneto - Misura 3	12/01/2018 09:20	70	0	172	4
Risultati PSR 2007-2013	27/12/2017 10:05	65	0	134	7
PSR Veneto - Misura 2	08/01/2018 09:32	53	0	101	0
Politica Agricola Comune....	03/01/2018 10:07	43	0	62	2
PSR - Misura 1	04/01/2018 09:49	39	0	85	2