



PIANO DI COMUNICAZIONE 2019

PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE (PSR) FEASR DELLA REGIONE TOSCANA 2014-2020

(ai sensi del Reg. UE 1303/2013, artt. 115, 116 e Allegato XII e del Reg. UE 808/2014, art.13 e Allegato III)

Indice generale

1.Premessa	3
2.Il quadro di riferimento	3
3.Strategia della comunicazione per il 2019	4
4.Dettaglio del piano di comunicazione 2019	5
4.1.1 Sito web	12
4.1.2 Social media	12
4.1.3 Newsletter digitale	12
4.1.4 Attività giornalistica e media relations	12
4.1.5 Partenariato e RRN	13
4.1.6 Eventi e fiere	14
4.1.7 Pubblicazioni e materiale informativo	15
4.1.8 Open data	15
4.1.9 Campagne pubblicitarie	15
4.1.10 Pubblico interno	16
4.1.11 Supporto ai beneficiari	16
5.Monitoraggio e valutazione	16
6.Budget 2019	16
7.Timing	17



1. Premessa

Il presente documento declina la “Strategia di Comunicazione, informazione e pubblicità del Programma di sviluppo rurale (PSR) Feasr 2014-2020 della Regione Toscana” (di seguito SdC), nelle attività di informazione e comunicazione previste nel 2019.

Della SdC il presente Piano acquisisce e attua tutti gli obiettivi generali e specifici e le priorità, per quanto previsto per l’annualità citata.

Per facilitare la lettura dei Piani di comunicazione annuali, questi ultimi riprendono la medesima organizzazione dei contenuti della SdC. In ogni caso, si ricorda che, per quanto concerne l’approccio generale delineato dalla SdC, i **punti cardine** da adottare per la predisposizione dei piani annuali sono:

- raccontare il cambiamento;
- avviare una comunicazione sempre più social;
- avviare un sistema di monitoraggio e feedback continuo;
- migliorare le sinergie con le azioni di comunicazione della RRN.

2. Il quadro di riferimento

Le attività di comunicazione e informazione del PSR Toscana 2014-2020 previste per il 2019 si inseriscono nel quadro generale delle strategie di comunicazione della Regione stessa. L’AdG del PSR predispone il progetto di comunicazione annuale che viene inglobato nel piano generale di comunicazione della Regione Toscana.

Il piano generale per il 2019 è stato approvato con delibera di Giunta n. 73 del 28 gennaio 2019 (“Piano della comunicazione 2019 – attività dei programmi comunitari regionali”) e ha validità annuale. La delibera specifica e individua i **temi strategici di comunicazione della Regione Toscana**, tra i quali:

- istruzione, orientamento e formazione professionale;
- lavoro e nuove opportunità per cittadini e imprese;
- paesaggio, ambiente e agricoltura/trasporti;
- percorsi di autonomia dei giovani;
- sociale;
- ricerca e innovazione;
- turismo, cibi e borghi.

Nell’ambito di questa cornice, la comunicazione del PSR 2014-2020, almeno per il 2019, dovrà necessariamente toccare alcuni dei temi strategici individuati centralmente o comunque identificare eventuali sinergie, limitatamente alle opportunità offerte dal PSR 2014-2020 nel settore dello sviluppo rurale. A questi temi chiave generali, quindi, vanno prioritariamente affiancati i temi chiave della comunicazione del PSR 2014-2020 per il 2019, in primis, ma solo a titolo di esempio, la campagna sugli strumenti finanziari (prevista per il 2018, la campagna in questione è stata spostata nel 2019).

3. Strategia della comunicazione per il 2019

Fatto salvo quanto specificato nella SdC (capitolo 3), che trova applicazione anche nel presente piano annuale e il cui raggiungimento sarà realizzato con tutti gli strumenti dettagliati nel capitolo 4 del presente documento, particolare attenzione è stata riservata all'individuazione di specifici target della comunicazione, con una declinazione delle attività previste sulla base delle diverse tipologie di destinatari delle misure inserite nel PSR. Lo scopo è quello di mettere in luce le opportunità offerte, i servizi attivati, le procedure e la modulistica disponibile. In altre parole, la comunicazione costituisce l'elemento cruciale dell'impegno della Regione Toscana per il raggiungimento del più alto grado di semplificazione.

La **semplificazione**, già nel 2018 e ancor più nel 2019, rimane comunque una delle attività più importanti e comporterà, nel quadro più ampio della SdC, una serie di azioni fondamentali. Tra queste, la più rilevante riguarda la **revisione completa del sito web** sia come architettura delle informazioni che come semplificazione del linguaggio.

Sempre nell'ottica della semplificazione e, quindi, di un **maggiore dialogo** con i cittadini toscani, il 2019 si caratterizza per il consolidamento delle attività iniziate nell'anno precedente sui canali social Facebook e Twitter, per i quali, dopo il periodo di sperimentazione dello scorso anno, si prevede di mantenere l'utilizzo dei canali social della Regione Toscana, anche per le campagne previste nel 2019, come già sperimentato nel 2018.

La scelta di avviare un maggiore dialogo coinvolge, nel 2019, anche il consolidamento della newsletter elettronica, avviata negli ultimi mesi del 2018 e che conta già, in poco meno di due mesi di attività, oltre 700 iscritti. Segno questo che la cittadinanza in generale e gli addetti ai lavori apprezzano il nuovo strumento di comunicazione.

La newsletter sarà, di conseguenza, un ulteriore e valido supporto alla continua attività di **informazione sulle opportunità** del PSR presentando, attraverso diversi strumenti di comunicazione, in un media mix in grado di coprire tutti i target di riferimento, le diverse opportunità di finanziamento previste dal cronoprogramma annuale dei bandi del PSR.

Per incrementare la **trasparenza e la visibilità delle politiche di sviluppo rurale** nel 2019 l'AdG provvede, inoltre, alla pubblicazione e divulgazione degli open data. Tale attività, sebbene conclusa nella sua fase di progettazione nel corso del 2018 è, infatti, al momento sospesa a causa del grande cambiamento in corso nei primi mesi del 2019 che sarà l'anno del passaggio, per tutta la Regione Toscana, al nuovo sito web che permetterà di disporre, anche per il PSR Toscana 2014-2020, di un mezzo più semplice, più multimediale, più legato alle esigenze di cittadini e imprese e, finalmente, responsive.

Infine, come già avviato negli anni passati, continuano le attività sinergiche con la Rete rurale nazionale (RRN).

4. Dettaglio del piano di comunicazione 2019

Il Piano di comunicazione 2019 del PSR Toscana 2014-2020 è in grado di raggiungere gli **obiettivi generali (OG) e specifici (OS)** dettagliati nella Tabella 1, utile per comprendere facilmente come ogni canale e strumento di comunicazione previsto vada a coprire, in maniera coordinata e trasversale, diversi OG, OS e target, per raggiungere i risultati attesi specificati.

Tabella 1 – Dettaglio Piano annuale 2019

Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi	Target	Canali/strumenti
1. Migliorare il livello di percezione e conoscenza del PSR in termini di opportunità offerte e risultati attesi e raggiunti (OG1)	1. Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)	1. Maggiore consapevolezza del Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura. (RA1)	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari potenziali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Incontri con i giornalisti • Brochure informative • Open data • Conferenze stampa • Comunicati stampa
	2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del PSR (OS2)	2. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e percezione delle informazioni da parte dei target (soddisfazione sulle informazioni ricevute). (RA2)	<ul style="list-style-type: none"> • beneficiari potenziali • stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Workshop/seminari • Incontri di partenariato • Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole

<p>2. Rafforzare la percezione positiva del ruolo dell'Ue e le possibilità di utilizzo del Feasr (O2!)</p>	<p>1. Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)</p>	<p>1. Maggiore consapevolezza del Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura. (RA1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari potenziali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Incontri con i giornalisti • Brochure informative • Open data • Conferenze stampa • Comunicati stampa
	<p>2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del PSR (OS2)</p>	<p>2. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e percezione delle informazioni da parte dei target (soddisfazione sulle informazioni ricevute). (RA2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • beneficiari potenziali • stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Workshop/seminari • Incontri di partenariato • Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole
	<p>3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti PSR (OS3)</p>	<p>3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il PSR. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari. (RA3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari potenziali • beneficiari attuali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder • partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Incontri con i giornalisti • Brochure informative • Open data • Slides esplicative • Infografiche • Conferenze stampa • Comunicati stampa
<p>3. Accorciare la distanza tra istituzioni e società promuovendo la trasparenza, la</p>	<p>1. Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)</p>	<p>1. Maggiore consapevolezza del Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei</p>	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari potenziali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Incontri con i giornalisti

<p>semplicità di accesso, il dialogo e la partecipazione (OG3)</p>	<p>fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura. (RA1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conferenze stampa • Comunicati stampa
<p>2. <i>Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del PSR (OS2)</i></p>	<p>2. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e percezione delle informazioni da parte dei target (soddisfazione sulle informazioni ricevute). (RA2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • beneficiari potenziali • stakeholder
<p>3. <i>Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)</i></p>	<p>3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il PSR. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari. (RA3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari potenziali • beneficiari attuali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder • partner istituzionali
<p>4. <i>Consolidare le attività di supporto e assistenza (OS4)</i></p>	<p>4. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e consapevolezza del supporto da parte dei target. (RA4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • beneficiari attuali • stakeholder • partner istituzionali
<p>5. <i>Aumentare la consapevolezza su</i></p>	<p>5. Livello di percezione della</p>	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari potenziali
		<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Workshop/seminari • Incontri di partenariato • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Incontri con i giornalisti • Open data • Conferenze stampa • Comunicati stampa • Sito web • Social media • Manuale d'uso del logo • Materiali per una comunicazione coordinata (notes, penne, carta intestata, ecc.) • Linee guida della comunicazione • Rete delle associazioni • Open data • Slide • infografiche • Sito web • Social media

<i>esiti e impatto (OS5)</i>	trasparenza dei processi relativi alla spesa del Feasr presso i gruppi target. (RA5)	<ul style="list-style-type: none"> • beneficiari attuali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder • partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> • Open data • Slides esplicative • Infografiche • Conferenze stampa • Comunicati stampa
6. Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard. (RA6)	<ul style="list-style-type: none"> • beneficiari attuali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder • partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Workshop/seminari • Incontri di partenariato • Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole • Open data • Slides esplicative • Infografiche • Materiali per una comunicazione coordinata • Manuale d'uso del logo • Linee guida della comunicazione • Rete delle associazioni • Conferenze stampa • Comunicati stampa
7. Fornire servizi e prodotti con un approccio centrato sul ruolo del cittadino e del partenariato. Coinvolgimento. Rafforzamento del dialogo (citizen centred approach) (OS7)	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard. (RA6)	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari attuali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder • partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Workshop/seminari • Incontri di partenariato • Slides esplicative • Infografiche • Materiali per una comunicazione coordinata • Manuale d'uso del logo

				<ul style="list-style-type: none"> • Linee guida della comunicazione • Rete delle associazioni • Conferenze stampa • Comunicati stampa
4. Migliorare la conoscenza sui risultati del PSR e delle politiche dell'Ue (OG4)	1. Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)	1. Maggiore consapevolezza del Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura. (RA1)	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari potenziali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Incontri con i giornalisti • Brochure informative • Open data • Conferenze stampa • Comunicati stampa
	3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)	3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il PSR. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari. (RA3)	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari potenziali • beneficiari attuali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder • partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Incontri con i giornalisti • Open data • Conferenze stampa • Comunicati stampa
	5. Aumentare la consapevolezza su esiti e impatto (OS5)	5. Livello di percezione della trasparenza dei processi relativi alla spesa del Feasr presso i gruppi target. (RA5)	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari potenziali • beneficiari attuali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder • partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Open data • Slides esplicative • Infografiche • Conferenze stampa • Comunicati stampa
5. Rafforzare la rete di partenariato (OG5)	3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)	3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari potenziali • beneficiari attuali • moltiplicatori 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica

		realizzati con il PSR. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari. (RA3)		<ul style="list-style-type: none"> dell'informazione stakeholder partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> Eventi Workshop/seminari Incontri di partenariato Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole Conferenze stampa Comunicati stampa Open data Slide infografiche
	6. Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard. (RA6)		<ul style="list-style-type: none"> beneficiari attuali moltiplicatori dell'informazione stakeholder partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> Sito web Social media Newsletter digitale Attività giornalistica Eventi Workshop/seminari Incontri di partenariato Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole
6. Migliorare la comunicazione di supporto ai beneficiari attuali (OG6)	4. Consolidare le attività di supporto e assistenza (OS4)	4. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità. e consapevolezza del supporto da parte dei target. (RA4)		<ul style="list-style-type: none"> beneficiari attuali stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> Sito web Social media Manuale d'uso del logo da diffondere anche tra i responsabili di azione Materiali per una comunicazione coordinata (notes, penne, carta intestata, ecc.) Linee guida della comunicazione Rete delle associazioni Open data Slide infografiche
7. Semplicità, comprensibilità,	8. Costruire un nuovo sistema identitario del PSR (OS8)	7. Accessibilità delle informazioni, specie per i		<ul style="list-style-type: none"> cittadini beneficiari attuali moltiplicatori 	<ul style="list-style-type: none"> Manuale d'uso del logo da diffondere anche tra i responsabili di azione

familiarità (OG7)		beneficiari, per i quali sono previsti obblighi informativi. Livello di consapevolezza della cittadinanza. (RA7)	<ul style="list-style-type: none"> dell'informazione stakeholder partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> Materiali per una comunicazione coordinata (notes, penne, carta intestata, ecc.) Linee guida della comunicazione
8. Interattività, coinvolgimento, partecipazione, collaborazione, trasparenza (OG8)	9. <i>Sviluppare l'attività di informazione ed educazione per creare una maggiore consapevolezza. Creare una posizione paritaria e familiare nei confronti della Regione per stimolare l'accesso a servizi (OS9)</i>	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard. (RA6)	<ul style="list-style-type: none"> cittadini beneficiari potenziali beneficiari attuali stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> Sito web Social media Rete delle associazioni Open data Slide infografiche

Per il 2019, come si può vedere dalla precedente tabella, tutti i target dettagliati nella SdC saranno coinvolti nelle attività di comunicazione e informazione, con un focus sui seguenti target:

- beneficiari attuali e potenziali;
- partenariato;
- cittadini.

Tutte le attività e i servizi dettagliati per il 2019 saranno realizzati basandosi sulle indicazioni inserite nel Manuale di identità visiva, prodotto nel secondo semestre 2018 e reso pubblico a gennaio 2019, tramite pubblicazione sul sito web e invio via e-mail a tutti i referenti di misura e ai Gal.

4.1.1 Sito web

Il 2019, come già detto, è un anno di cambiamenti per la comunicazione online di tutta la Regione Toscana.

A partire dal secondo semestre del 2018 è stata avviata la fase di analisi dello Speciale PSR 2014-2020, cui è seguita una riprogettazione del “sottosito” dedicato al PSR, riprogettazione che ha riguardato gli alberi di navigazione. Sarà elaborata una grafica dedicata e in linea con il manuale di identità visiva per rafforzare l'immagine del PSR e sarà effettuato un lavoro di redazione che ricomprenderà anche la riscrittura di alcuni testi attuali per semplificarli e renderli maggiormente fruibili.

È prevista la realizzazione di una nuova sezione dedicata a Open data (vedi par. 4.1.8).

4.1.2 Social media

Come già anticipato, la fase di sperimentazione avviata nel 2018 si è conclusa e il 2019 sarà un anno di consolidamento della comunicazione social tramite i canali della Regione: Facebook e Twitter.

Verrà valutata la possibilità e l'opportunità di usufruire anche di altri canali social già attivi.

4.1.3 Newsletter digitale

La newsletter, avviata negli ultimi mesi del 2018, sarà uno degli strumenti di comunicazione protagonisti del 2019. Con i suoi oltre 700 iscritti in pochi mesi di vita, si candida a essere uno degli strumenti più amati dal pubblico di riferimento delle attività di comunicazione del PSR Toscana 2014-2020 e andrà, quindi, curata con attenzione, soprattutto nella fase di passaggio dal vecchio al nuovo sito web che, inevitabilmente, non sarà così immediato per gli utenti.

4.1.4 Attività giornalistica e media relations

Saranno organizzate, come negli anni passati, conferenze stampa, se ritenuto di volta in volta opportuno in base alle necessità di comunicazione, informazione e disseminazione. Attraverso il supporto di Toscana Notizie saranno veicolati i comunicati stampa relativi a eventi, novità da mettere in risalto, ecc.

Proseguirà fino al primo semestre 2019 la convenzione, attivata nel 2018, con l'agenzia di



stampa ANSA Toscana, moltiplicatore di informazione. In particolare, ogni novità e ogni notizia relative al PSR Toscana, come fatto gli scorsi anni, saranno pubblicate nella sezione dedicata alla comunicazione di tutti i fondi strutturali e di investimento europei (Sie) gestiti dalla Regione Toscana. Tramite un account dedicato (comunica-europa-toscananotizie@regione.toscana.it), vengono inviati ai giornalisti di ANSA Toscana i materiali necessari (di solito, un abstract della notizia e il link alla pagina del sito della Regione con i dettagli della notizia) per scrivere un articolo dedicato che, a sua volta, viene ripreso dalle testate giornalistiche.

Lo spazio dedicato è: http://www.ansa.it/toscana/notizie/programmi_europei/index.shtml.

Per quanto riguarda i servizi video-giornalistici, si prevede la realizzazione di:

- servizi TV di 1-3 minuti nell'ambito del progetto Buone prassi (il numero dei servizi sarà definito successivamente) e in occasione degli eventi di divulgazione dei risultati della misura 16.2 (presumibilmente n. 4 video storytelling);
- speciali di 8-12 minuti in occasione di eventi di particolare rilievo, come, a mero titolo di esempio, l'evento annuale (vedi paragrafo 4.1.6).

Tutti i servizi TV e gli speciali saranno oggetto di 1 passaggio + replica sulle TV locali individuate con apposito contratto della Regione Toscana.

4.1.5 Partenariato e RRN

Il 2019, come già avvenuto negli anni precedenti, è un anno importante per il rafforzamento delle attività di partenariato con tutti i partner istituzionali, la RRN, gli stakeholder economici e sociali, le associazioni del settore, ecc. Durante l'anno, infatti, si lavorerà per comunicare nel migliore dei modi i nuovi strumenti finanziari legati al PSR e la collaborazione del partenariato sarà di fondamentale importanza per il loro ruolo di accompagnamento dei beneficiari e dei potenziali beneficiari verso questo cambiamento. Sarà, quindi, valutata la possibilità di avviare nuovi tipi di collaborazione per cercare di comunicare ai beneficiari attuali e potenziali e a tutti i cittadini le opportunità previste per il 2019.

Non solo, quindi, come negli anni passati, momenti di confronto e condivisione (workshop, seminari, ecc. A titolo di esempio, si cita il workshop che si organizzerà il 21 febbraio con il valutatore indipendente), ma anche di informazione (uso degli house organ delle organizzazioni delle aziende agricole – “Dimensione agricoltura” di CIA e “La campagna toscana” di Coldiretti; n. 5 uscite -, pubblicazione dei documenti del Comitato di sorveglianza sul sito web del PSR Toscana 2014-2020 nelle pagine dedicate al Comitato di sorveglianza stesso, con area pubblica e apposita area riservata - accesso ai soli membri del Comitato con user name e password).

Di grande rilevanza, nel 2019, sarà attivata una collaborazione con Anci con l'obiettivo di collaborare per individuare delle buone prassi e divulgare in questo modo i risultati raggiunti sino ad ora da alcuni progetti cofinanziati. L'obiettivo è quello di continuare l'esperienza già fatta nella precedente programmazione nell'ambito del “**Progetto buone prassi**”. Come nel caso dell'esperienza precedente sarà realizzato un repertorio di alcuni progetti realizzati con i finanziamenti previsti dal Programma di sviluppo rurale 2014-2020. Il repertorio sarà realizzato utilizzando schede informative e brevi filmati e i progetti saranno individuati in base a determinati criteri (in via di definizione).

Obiettivo finale sarà quello di ottenere una raccolta di schede di presentazione per ogni beneficiario individuato con una descrizione analitica del progetto, una contestualizzazione con il territorio circostante e uno spazio dedicato a immagini e filmati.

4.1.6 Eventi e fiere

Come previsto nella SdC, anche nel 2019 vengono organizzati workshop e seminari. Ogni workshop e seminario sarà opportunamente progettato in base alle necessità legate al normale andamento del PSR e a eventuali picchi informativi.

Al momento si prevede di realizzare:

- n. 1 evento annuale con un focus su innovazione e sviluppo rurale in Toscana, dal titolo Rural Development Innovation Week (26-29 marzo 2019). L'innovazione nel settore agricolo-forestale è il tema dell'evento annuale: uno degli obiettivi principali delle politiche di sviluppo rurale è infatti rappresentato dalla crescita dell'innovazione del sistema produttivo e imprenditoriale e la Settimana dell'Innovazione nello Sviluppo Rurale rappresenta un'opportunità per condividere le iniziative che sostengono e promuovono progetti di innovazione in ambito agricolo e forestale, sia di dimensione regionale che europea. Saranno previste sei sessioni tematiche e numerose attività parallele, offrendo ai partecipanti l'opportunità di instaurare nuove collaborazioni e di approfondire idee, conoscenze e visioni su molteplici tematiche del settore agricolo, forestale e agroalimentare;
- n. 1 partecipazione a fiere e manifestazioni, ovvero Agri&tour (Arezzo – novembre 2019);
- n. 1 Comitato di sorveglianza (maggio 2019);
- n. 5 eventi di divulgazione dei risultati dei finanziamenti previsti dalla misura 16.2. Gli eventi si svolgeranno durante tutto l'arco dell'anno. In particolare, nel primo semestre del 2019, saranno organizzati 3 eventi dedicati alla viticoltura (n. 2 eventi in 2 giornate) e alla zootecnia (n. 1 evento – 1 giornata), mentre nel secondo semestre saranno organizzati gli altri due eventi, dedicati rispettivamente al florovivaismo e all'ortofrutta. Con questa importante iniziativa saranno presentati ben 30 progetti organizzati in filiera cofinanziati dal PSR Toscana 2014-2020.

Ogni volta che sarà fattibile, gli eventi (o parte di essi) saranno diffusi anche online tramite diretta Facebook o Twitter e in streaming.

In particolare, per quanto concerne l'evento annuale sui risultati del PSR, sono previsti, presumibilmente:

- servizi logistici;
- conferenza stampa di apertura;
- campagna social;
- speciale newsletter elettronica;
- roll up istituzionali;
- brochure istituzionale (n. 500 copie) – aggiornamento contenuti e ristampa;
- locandine istituzionali (ristampa alla bisogna);
- cartelline e righelli (ristampa alla bisogna);
- eventuali gadget.

Per i dettagli, consultare il Manuale dell'immagine coordinata che è stato aggiornato e messo a punto nei primi mesi del 2019 e pubblicato sul sito web.

4.1.7 Pubblicazioni e materiale informativo

Di seguito un primo elenco di quanto si intende realizzare nel 2019:

- brochure istituzionale (aggiornamento contenuti e ristampa), da distribuire in occasione degli eventi;
- n. 2 flyer collegati alle campagne previste (vedi più avanti);
- slide;
- partecipazione alla pubblicazione de Il Sole24Ore ("Toscana Europa"). La pagina sul Rapporto Toscana del Sole24 Ore uscirà il 5 marzo 2019 e sarà dedicata al progetto "L'Europa in Toscana", presentando all'opinione pubblica il ruolo dell'Unione Europea nella regione Toscana, attraverso l'apporto e le diverse opportunità offerte dai fondi Sie.

In generale, verrà predisposto adeguato materiale informativo in occasione delle campagne pubblicitarie previste nel 2019 (vedi par. 4.1.9) da valutare in una progettazione ad hoc. Si ricorda che, come più volte ribadito nella SdC, si farà un uso oculato di questi strumenti in prevalenza per le situazioni di animazione territoriale e per la valorizzazione di iniziative che si realizzano in aree meno conosciute o per settori di rilevanza locale.

4.1.8 Open data

L'attività sugli open data del PSR Toscana 2014-2020, iniziata nel secondo semestre del 2017 e conclusa nel 2018, sarà portata a termine nel primo semestre del 2019 con la pubblicazione online dei dati nel nuovo sito web della Regione Toscana. Tutti i cittadini avranno, perciò, la possibilità di scaricare, consultare e riutilizzare i dati inerenti i bandi messi a disposizione, facilitando in questo modo l'adempimento dei requisiti Ue di visibilità e trasparenza.

4.1.9 Campagne pubblicitarie

Nel 2019 è prevista la partecipazione alla campagna plurifondo "100 progetti", iniziata alla fine del 2018, e la realizzazione di almeno una campagna pubblicitaria sulle nuove opportunità per l'anno in corso e/o sui risultati ottenuti dai bandi conclusi. In particolare, per quanto riguarda la comunicazione sulle nuove opportunità, è prevista la campagna sui nuovi strumenti finanziari, precedentemente ipotizzata per il 2018.

Indicativamente e solo se ritenute appropriate, per le campagne sono previsti, a mero titolo indicativo:

- pubblicità sui media regionali e attività giornalistica sulle principali testate locali;
- acquisto di spazi pubblicitari settoriali;
- spot radiofonici (emittenti locali);
- affissioni statiche e dinamiche;
- campagna social con post dedicati e promozione mirata di alcuni post;
- leaflet;

- roll up;
- sezione dedicata sul sito web del PSR;
- speciale newsletter elettronica;
- eventuali eventi di presentazione e promozione sul territorio in collaborazione con le associazioni di categoria.

4.1.10 Pubblico interno

Come specificato nella SdC, anche il pubblico interno è oggetto di azioni di comunicazione e informazione che sono svolte principalmente, come negli anni passati, attraverso i seguenti canali:

- sito web;
- n. 1 incontro (workshop) di formazione, informazione e coinvolgimento;
- slide.

4.1.11 Supporto ai beneficiari

Nel 2018 sono stati forniti ai beneficiari sia il manuale di supporto alle attività di informazione e comunicazione che tutti i format necessari (targhe, cartelloni, ecc.) per attuare i propri obblighi di comunicazione.

Qualora si dovesse ritenere opportuno, saranno organizzati, presso le sedi delle organizzazioni di categoria, degli incontri formativi ad hoc (workshop) sui nuovi strumenti finanziari.

5. Monitoraggio e valutazione

Le attività di monitoraggio previste per il 2019 saranno implementate come da Piano di monitoraggio.

L'obiettivo di queste attività sarà, di conseguenza, quello di prevedere un **monitoraggio dell'attuazione della strategia di comunicazione** per verificare l'efficacia e l'efficienza nel raggiungere i target di riferimento prefissati e ricevere il necessario feedback sul risultato della valutazione, per gli eventuali aggiustamenti, correzioni o rafforzamenti delle attività di informazione e comunicazione previste che saranno oggetto del piano annuale 2020.

6. Budget 2019

La previsione di spesa per le attività di comunicazione e informazione sopra descritte è pari a circa € 244.526,63.

Canale/Strumento	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
<i>Eventi e fiere – CdS</i>												
<i>Eventi e fiere – Agri&Tour</i>												
<i>Pubblicazioni e materiale informativo – brochure istituzionale (aggiornamento)</i>												
<i>Pubblicazioni e materiale informativo – flyer campagna strumenti finanziari</i>												
<i>Pubblicazioni e materiale informativo – Toscana Europa</i>												
<i>Open Data – pubblicazione banca dati bandi</i>												
<i>Campagne pubblicitarie – nuove opportunità/risultati</i>												
<i>Campagne pubblicitarie – strumenti finanziari</i>												
<i>Campagne pubblicitarie – plurifondo</i>												
<i>Pubblico interno</i>												
<i>Supporto ai beneficiari – linee guida</i>												
<i>Supporto ai beneficiari workshop/seminari</i>												

Legenda:
 Caselle grigie: attività preparatoria
 Caselle blu: rilascio servizio/prodotto