

PIANO DI COMUNICAZIONE 2020

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 2020	4
4.Dettaglio del piano di comunicazione 2020	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	13
4.1.7 Pubblicazioni e materiale informativo.....	14
4.1.8 Progetti speciali.....	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 2020.....	17
7.Timing	18

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 2020.

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 2020 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. 20 del 20 gennaio 2020 (“Piano della comunicazione 2020 - attività dei programmi comunitari regionali e attività finanziate con risorse statali”) e ha validità annuale. La delibera specifica e individua i **temi strategici di comunicazione della Regione Toscana**, tra i quali di maggiore interesse per lo sviluppo rurale sono:

- 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 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 2020.

3. Strategia della comunicazione per il 2020

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**, come negli anni passati, rimane 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 2020 si caratterizza per il consolidamento delle attività iniziate negli anni precedenti sui canali social Facebook, Twitter e YouTube.

Per quanto riguarda l'**informazione sulle opportunità** del PSR, oltre al sito web, ricordiamo la newsletter elettronica, che è ormai diventata uno strumento molto apprezzato e usato: un ulteriore e valido supporto alla continua attività di informazione e comunicazione che presenta le diverse opportunità di finanziamento previste dal cronoprogramma annuale dei bandi del PSR, andandosi ad aggiungere agli altri strumenti di comunicazione attivati, in un media mix in grado di coprire tutti i target di riferimento.

Nel 2020 si darà avvio alla **comunicazione dei risultati del PSR Toscana 2014-2020**. È, infatti, intenzione dell'AdG avviare una serie di iniziative il cui obiettivo principale è quello di comunicare e informare la cittadinanza (privati cittadini, scuole, imprese agricole, operatori del settore, ecc.) in merito ai principali risultati raggiunti sino ad ora con l'utilizzo dei fondi messi a disposizione dal PSR Toscana per far comprendere meglio le ricadute socioeconomiche sul territorio locale e nella vita quotidiana di tutti i cittadini toscani. Per raggiungere questo obiettivo saranno messi in campo diversi strumenti.

Come già avviato negli anni passati, continuano le attività sinergiche con la Rete rurale nazionale (RRN) alle quali, a partire dagli ultimi mesi del 2019 e con un rafforzamento nel 2020, si aggiungerà una strategia di coinvolgimento migliore e più partecipata del territorio stesso, attraverso i Gal. Infatti, già gli ultimi mesi dello scorso anno si sono caratterizzati per un'attività di coinvolgimento e condivisione della strategia di comunicazione e del relativo piano di monitoraggio con tutti i Gal. Obiettivo finale di questa attività sarà quello di creare delle sinergie concrete e un flusso di lavoro bidirezionale di ascolto/collaborazione che sia in grado di massimizzare, da una parte, le attività di comunicazione dei Gal e, dall'altra, la capacità di penetrazione sul tessuto strettamente locale dei messaggi di comunicazione.

Tale collaborazione, inoltre, sarà particolarmente importante nell'individuazione e comunicazione dei risultati del PSR Toscana 2014-2020.

Infine, il piano di comunicazione per il 2020 si caratterizza per l'intenzione di raggiungere una generale semplificazione dei procedimenti amministrativi con l'obiettivo finale di comunicare i risultati e le prospettive future della programmazione.

4. Dettaglio del piano di comunicazione 2020

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

Tabella 1 – Dettaglio Piano annuale 2020

Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi	Target
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
	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

Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi	Target	Canali/strumenti
2. Rafforzare la percezione positiva del ruolo dell'Ue e le possibilità di utilizzo del Feasr (O2!)	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
	3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti PSR (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 • Brochure informative • Open data • Slides esplicative • Infografiche • Conferenze stampa • Comunicati stampa

Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi	Target	Canali/strumenti
3. Accorciare la distanza tra istituzioni e società promuovendo la trasparenza, la semplicità di accesso, il dialogo e la partecipazione (OG3)	<i>1. Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)</i>	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 • Conferenze stampa • Comunicati stampa
	<i>2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del PSR (OS2)</i>	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
	<i>3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)</i>	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

<p>4. Consolidare le attività di supporto e assistenza (OS4)</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 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Manuale d'uso del logo • Materiali per una comunicazione coordinata • Linee guida della comunicazione • Rete delle associazioni • Open data • Slide • infografiche
<p>5. Aumentare la consapevolezza su esiti e impatto (OS5)</p>	<p>5. Livello di percezione della trasparenza dei processi relativi alla spesa del Feasr presso i gruppi target. (RA5)</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 • Open data • Slides esplicative • Infografiche • Conferenze stampa • Comunicati stampa
<p>6. Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)</p>	<p>6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard. (RA6)</p>	<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

Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi	Target	Canali/strumenti
	7. <i>Fornire servizi e prodotti con un approccio centrato sul ruolo del cittadino e del partenariato. Coinvolgimento. Rafforzamento del dialogo (citizen centred approach) (OS7)</i>	6. <i>Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard. (RA6)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari attuali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder • partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> • Conferenze stampa • Comunicati stampa • 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 • 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. <i>Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)</i>	1. <i>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)</i>	<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. <i>Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)</i>	3. <i>Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il PSR.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari potenziali • beneficiari attuali • moltiplicatori dell'informazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi

		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"> • stakeholder • partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> • 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
Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi	Target	Canali/strumenti
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 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 - 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	<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

e standard. (RA6)				
organ delle organizzazioni delle aziende agricole				
Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi	Target	Canali/strumenti
6. Migliorare la comunicazione di supporto ai beneficiari attuali (OG6)	<i>4. Consolidare le attività di supporto e assistenza (OS4)</i>	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 • Linee guida della comunicazione • Rete delle associazioni • Open data • Slide • infografiche
7. Semplicità, comprensibilità, familiarità (OG7)	<i>8. Costruire un nuovo sistema identitario del PSR (OS8)</i>	7. Accessibilità delle informazioni, specie per i beneficiari, per i quali sono previsti obblighi informativi. Livello di consapevolezza della cittadinanza. (RA7)	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari attuali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder • partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> • Manuale d'uso del logo da diffondere anche tra i responsabili di azione • Materiali per una comunicazione coordinata • Linee guida della comunicazione
8. Interattività, coinvolgimento, partecipazione, collaborazione, trasparenza (OG8)	<i>9. 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 2020, come si può vedere dalla precedente tabella, tutti i target dettagliati nella SdC saranno coinvolti nelle attività di comunicazione e informazione. Ci sarà, in particolare, un focus sui seguenti target:

- beneficiari attuali: i beneficiari attuali saranno i veri protagonisti della comunicazione nel 2020, perché saranno proprio loro a raccontare i progetti e i risultati ottenuti;
- partenariato;
- cittadini.

4.1.1 Sito web

Il sito web sarà oggetto dell'ormai consolidato aggiornamento periodico, in base ai nuovi contenuti da aggiornare. Sarà possibile la creazione di sezioni dedicate a argomenti o tematiche non prevedibili al momento attuale, come già successo lo scorso anno con la creazione della sezione dedicata ai nuovi strumenti finanziari. In particolare, si potrebbe pensare alla creazione di una sezione nuova interamente dedicata ai risultati del PSR 2014-2020, dove raccogliere le testimonianze dei beneficiari e non solo.

4.1.2 Social media

Il 2020 sarà un anno di consolidamento della comunicazione social tramite i canali della Regione: Facebook e Twitter, ai quali è stata aggiunta una playlist nel canale YouTube. Nel caso di YouTube si valuterà, inoltre, la possibilità di inserire una ulteriore playlist dedicata interamente ai video che saranno prodotti per comunicare i risultati.

Sarà necessario riorganizzare i flussi di lavoro per l'aggiornamento dei canali, soprattutto in vista dell'elevata quantità di contenuti che sarà prodotta con la comunicazione dei risultati del PSR e le altre attività che saranno avviate nel corso dell'anno.

4.1.3 Newsletter digitale

La newsletter, strumento ormai avviato e consolidato, sarà uno degli strumenti di comunicazione protagonisti del 2020, perché sarà possibile sfruttare la sua capillarità per comunicare in maniera efficace lo storytelling legato ai risultati del PSR, le attività connesse al progetto con le scuole e verrà, infine, valutata la possibilità di creare una nuova sezione dedicata ai Gal. I Gal potranno, infatti, inviare i propri contributi (testi e foto) che poi saranno inseriti in una sezione dedicata a loro.

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.

Per quanto riguarda i servizi video-giornalistici, si prevede indicativamente la realizzazione di servizi TV per gli eventi annuali e per eventuali altri eventi che saranno organizzati.

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

Saranno inoltre previsti alcuni video storytelling per la comunicazione dei risultati (1-3 minuti) per i canali social (YouTube e Facebook) e per altre attività di comunicazione.

4.1.5 Partenariato e RRN

Il 2020, come già avvenuto negli anni precedenti, è un anno importante per dare un continuum alle 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 suo 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. In particolare, per arrivare direttamente ai beneficiari e ai potenziali beneficiari saranno importanti le sinergie possibili con i Gal, soprattutto per rafforzare la comunicazione dei nuovi strumenti finanziari. Sarà presa in considerazione la possibilità di fare degli incontri mirati sul territorio, organizzati dai Gal, ai quali parteciperanno i referenti degli strumenti finanziari che si metteranno a disposizione per spiegare ai potenziali beneficiari le nuove opportunità offerte ed, eventualmente, i nuovi bandi in uscita.

La collaborazione con la RRN sarà sicuramente rafforzata in questo importante anno di transizione e cambiamenti verso la nuova programmazione, così come sarà importante organizzare focus group e momenti di confronto e condivisione con il partenariato economico-sociale e gli stakeholder in vista delle prospettive future.

Inoltre, come negli anni passati, ai momenti di confronto e condivisione, saranno affiancate le normali attività di informazione (uso degli house organ delle organizzazioni delle aziende agricole – “Dimensione agricoltura” di CIA e “La campagna toscana” di Coldiretti; 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).

Infine, in vista della necessaria collaborazione con il partenariato economico-sociale toscano, come già avviato alla fine del 2019, nel 2020 continueranno le attività di condivisione delle informazioni in merito alla nuova programmazione e di ascolto del partenariato stesso in vista della definizione dei fabbisogni e delle priorità territoriali. Saranno, di conseguenza, organizzati seminari, workshop, focus group, ecc.

4.1.6 Eventi e fiere

Come previsto nella SdC, anche nel 2020 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;
- n. 1 partecipazione a fiere e manifestazioni, ovvero Agri&tour (Arezzo – novembre 2020);
- n. 1 Comitato di sorveglianza (maggio/giugno 2020);
- eventuali eventi di comunicazione sui risultati;

- Firenze bio (marzo 2020).

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

In particolare, per quanto concerne l'evento annuale, 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.

Nella realizzazione di eventuali progetti speciali per la comunicazione dei risultati sarà valutata la possibilità di organizzare degli eventi di lancio e/o eventi finali dei progetti, con l'obiettivo di dare la giusta eco ai risultati ottenuti con il progetto e comunicare alla cittadinanza i risultati del PSR 2014-2020.

4.1.7 Pubblicazioni e materiale informativo

Di seguito un primo elenco di quanto si intende realizzare nel 2020:

- brochure istituzionale (aggiornamento contenuti e ristampa), da distribuire in occasione degli eventi. La brochure sarà principalmente dedicata alla comunicazione dei risultati: avanzamento finanziario, n. progetti finanziati e finanziabili, modalità di accesso alle opportunità (compresi i nuovi SF), prospettive future;
- n. 1 brochure dedicata ai risultati;
- slide;
- eventuale partecipazione alla pubblicazione de Il Sole24Ore ("Toscana Europa").

In generale, verrà predisposto adeguato materiale informativo in occasione delle campagne pubblicitarie previste nel 2020 (vedi par. 4.1.9) e degli eventuali progetti speciali che si presume di attivare nel 2020, da valutare in una successiva 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 Progetti speciali

Il 2020 è un anno particolarmente importante per il PSR Toscana 2014-2020: è l'anno nel quale si cominciano a comunicare i risultati raggiunti e le loro ricadute sul territorio ed è l'anno nel quale si comincia a parlare delle prospettive future. Inoltre, sarà l'anno in cui i nuovi strumenti finanziari avranno dato i primi risultati e sarà possibile rafforzare la comunicazione di queste nuove opportunità attraverso la viva voce di chi ne ha usufruito, favorendo sempre più una comunicazione di tipo peer-to-peer.

Per quanto riguarda la comunicazione dei risultati, si fa presente che tale attività è stata avviata già nel 2019 con il progetto plurifondo "L'Europa in Toscana, il tour" (<http://www.europatoscana.it/>). Quest'anno, dando continuità alle attività già intraprese, verrà data voce direttamente ai protagonisti dei progetti, ai beneficiari, attraverso una campagna di informazione e comunicazione articolata e integrata su diversi mezzi. Infatti, i risultati del PSR Toscana 2014-2020 saranno comunicati con una serie di attività:

- realizzazione di video-interviste ai protagonisti;
- elaborazione di un progetto di storytelling;
- progettazione, redazione, produzione e divulgazione di una brochure dedicata interamente ai risultati (che ricomprenda anche una sezione dedicata agli strumenti finanziari – vedi dopo);
- sezione dedicata sul sito web;
- attività connessa sui social.

I progetti speciali saranno oggetto di un documento a parte che sarà eventualmente allegato al presente piano di comunicazione. Il documento in questione costituirà una sorta di linea guida a sé stante, ma perfettamente coerente con la SdC e il piano di comunicazione 2020. Ciò perché il 2020 sarà un anno particolare e di grandi cambiamenti amministrativi e politici (come nel caso della nuova programmazione), di conseguenza si preferisce attivare i progetti speciali in base alle necessità contingenti e rendere, quindi, lo sviluppo di queste attività di comunicazione e informazione più modulari.

4.1.9 Campagne pubblicitarie

Nel 2020 è prevista la realizzazione di almeno una campagna pubblicitaria sui risultati ottenuti dai bandi conclusi. Indicativamente e solo se ritenute appropriate, per le campagne sono previsti:

- 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.

In particolare, nel 2020, continuerà l'attività avviata nel secondo semestre del 2019 e dedicata alla formazione dei Gal. Sarà valutata, quindi, la possibilità di organizzare moduli formativi su singole attività/strumenti di comunicazione e di ampliare questa prima attività formativa ai responsabili di misura. L'attività di formazione potrebbe, poi, prevedere un focus sul monitoraggio.

4.1.11 *Supporto ai beneficiari*

Come negli anni passati, ai beneficiari sarà fornito il supporto necessario per le loro attività di comunicazione. A questo si andrà ad affiancare l'organizzazione di incontri formativi/informativi ad hoc sui nuovi strumenti finanziari, con il supporto dei Gal.

Inoltre, come già sottolineato precedentemente, i beneficiari saranno i veri protagonisti delle attività di comunicazione nel corso del 2020.

5. Monitoraggio e valutazione

Le attività di monitoraggio previste per il 2020 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 2021.

Inoltre, saranno coinvolti anche ai Gal nelle attività di monitoraggio della loro comunicazione, con l'obiettivo di fornire al CdS un quadro generale ancora più completo, ampio e dettagliato. Infatti, le attività legate al monitoraggio, dopo il loro anno di avvio (2018) e consolidamento (2019), nel 2020, sempre nell'ottica di comunicare i risultati, saranno oggetto di ulteriore approfondimento e affinamento. Già a partire dalla fine del 2019 è cominciata una intensa attività di raccolta dei dati disponibili per la costruzione di infografiche esplicative su tutti i dati noti per fornire un quadro complessivo degli ultimi anni.

Infine, l'avvio delle attività da parte del valutatore indipendente, nel corso del 2019, delle proprie attività, consentirà di ampliare il ventaglio dei dati a disposizione, facendo confluire anche elementi qualitativi. Il 2020 vedrà anche l'avvio di un approfondimento tematico sulla comunicazione, che consenta di individuare la base line utile per il monitoraggio qualitativo

della comunicazione e l'affinamento degli indicatori già individuati. L'approfondimento tematico sarà, in secondo luogo, fondamentale per le campagne di comunicazione dei risultati, perché consentirà di individuare gli strumenti locali più adatti a raggiungere la cittadinanza e il grande pubblico.

6. Budget 2020

La previsione di spesa per le attività di comunicazione e informazione sopra descritte è pari a circa € 290.000,00. La cifra prevista sarà presumibilmente rivista in sede di modifica del piano generale (a metà 2020) e in base ai progetti speciali che si intenderà realizzare nel corso dell'anno.

7. Timing

Tabella 2 – Timing Piano annuale 2020

Canale/Strumento	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Sito web												
Social media												
Newsletter digitale												
Attività giornalistica e media relations												
Attività giornalistica e media relations – servizi video giornalistici												
Publiredazionali mensili												
Publiredazionali bimestrali												
Eventi e fiere – evento annuale												
Eventi e fiere –Firenze Bio												
Eventi e fiere – CdS												
Eventi e fiere – Agri&Tour												
Pubblicazioni e materiale informativo												
Pubblico interno												
Formazione GAL												
Sinergie di comunicazione con i GAL												
Attivazione partenariato (focus group, seminari, workshop)												

Legenda:

Caselle grigie: attività preparatoria

Caselle blu: rilascio servizio/prodotto

Firenze, febbraio 2020