



PIANO DI COMUNICAZIONE 2018

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 2018	4
4.Dettaglio del piano di comunicazione 2018	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 Open data	14
4.1.9 Campagne pubblicitarie	14
4.1.10 Pubblico interno	15
4.1.11 Supporto ai beneficiari	15
5.Monitoraggio e valutazione	16
6.Budget 2018	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 2018.

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 2018 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 2018 è stato approvato con delibera di Giunta n. 185 del 26 febbraio 2018 e ha validità annuale. La delibera specifica e individua i **temi strategici di comunicazione della Regione Toscana**, tra i quali:

- comunicare i servizi della Regione Toscana;
- istruzione, orientamento e formazione professionale;
- lavoro e nuove opportunità per cittadini e imprese;
- paesaggio, ambiente e agricoltura;
- percorsi di autonomia dei giovani;
- sociale;
- collaborazione e semplificazione.

Nell’ambito di questa cornice, la comunicazione del PSR 2014-2020, almeno per il 2018, 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 2018, in primis, ma solo a titolo di esempio, la campagna sugli strumenti finanziari.

3. Strategia della comunicazione per il 2018

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**, nel 2018, è una delle parole chiave più importanti e comporterà, nel quadro più ampio della SdC, una serie di attività 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 2018 si caratterizza per l'attivazione della comunicazione del PSR 2014-2020 sui canali social, per i quali si prevedono tre fasi:

1. avvio di una fase pilota di comunicazione social del PSR attraverso i canali già esistenti e attivi della Regione Toscana;
2. revisione intermedia dei risultati dopo 6 mesi;
3. eventuale decisione di apertura di canali propri o di mantenimento dell'utilizzo dei canali social della Regione Toscana.

La scelta di avviare un maggiore dialogo coinvolge, nel 2018, anche il partenariato economico-sociale. L'AdG intende, infatti, procedere con la progettazione e lo sviluppo di un piano di partenariato che consenta di creare nuovi canali di comunicazione bidirezionale con questo importante target di riferimento.

Nel 2018, come negli altri anni di questa programmazione, continua l'attività intrapresa e in continua evoluzione 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 2018 l'AdG provvede, inoltre, alla pubblicazione e divulgazione degli open data.

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

4. Dettaglio del piano di comunicazione 2018

Il Piano di comunicazione 2018 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 2018

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

2. Rafforzare la percezione positiva del ruolo dell'Ue e le possibilità di utilizzo del Feasr (O2!)	1. Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)	<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
	2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del PSR (OS2)	<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
	3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti PSR (OS3)	<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
3. Accorciare la distanza tra istituzioni e società promuovendo la trasparenza, la	1. Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)	<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 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Workshop/seminari • Incontri di partenariato
	<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 	<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. <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 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Manuale d'uso del logo • Materiali per una comunicazione coordinata (notes, penne, carta intestata, ecc.) • Targhe • Linee guida della comunicazione • Rete delle associazioni • Open data • Slide • infografiche

<p>5. <i>Aumentare la consapevolezza su esiti e impatto (OS5)</i></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. <i>Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)</i></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 • Targhe • Linee guida della comunicazione • Rete delle associazioni • Conferenze stampa • Comunicati stampa
<p>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></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"> • 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

				<ul style="list-style-type: none"> • 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. 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

<p>5. Rafforzare la rete di partenariato (OG5)</p>	<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 	<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
	<p>6. <i>Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)</i></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
<p>6. Migliorare la comunicazione di supporto ai beneficiari attuali (OG6)</p>	<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 	<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.) • Targhe • Linee guida della comunicazione • Rete delle associazioni • Open data

<p>7. Semplicità, comprensibilità, familiarità (OG7)</p>	<p>8. <i>Costruire un nuovo sistema identitario del PSR (OS8)</i></p>	<p>7. Accessibilità delle informazioni, specie per i beneficiari, per i quali sono previsti obblighi informativi. Livello di consapevolezza della cittadinanza. (RA7)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini • beneficiari attuali • moltiplicatori dell'informazione • stakeholder • partner istituzionali 	<ul style="list-style-type: none"> • Slide • infografiche • Manuale d'uso del logo da diffondere anche tra i responsabili di azione • Materiali per una comunicazione coordinata (notes, penne, carta intestata, ecc.) • Targhe • Linee guida della comunicazione
<p>8. Interattività, coinvolgimento, partecipazione, collaborazione, trasparenza (OG8)</p>	<p>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></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"> • 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 2018, 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.

4.1.1 Sito web

Il 2018 è un anno di cambiamenti per la comunicazione online di tutta la Regione Toscana. È, infatti, in programma il rifacimento del portale istituzionale, all'interno del quale si colloca il sottosito dedicato al PSR Toscana 2014-2020.

Nei primi mesi dell'anno vengono, quindi, avviate le dovute attività di riprogettazione dei contenuti e degli alberi di navigazione in modo da rispondere alle linee strategiche 2018 (vedi capitolo 3). 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 nuove sezioni dedicate a Open data (vedi par. 4.1.8), al supporto alla comunicazione dei beneficiari (vedi par. 4.1.11), al Comitato di sorveglianza (con un'area pubblica e un'apposita area riservata – con accesso ai soli membri del Comitato con user name e password), ecc.

4.1.2 Social media

Viene avviata quest'anno una fase di sperimentazione per verificare la risposta del pubblico di riferimento all'utilizzo anche di questo canale per ricevere informazioni sul PSR Toscana 2014-2020. In una fase iniziale, l'AdG avvia detta sperimentazione pubblicando post sul PSR negli attuali canali social della Regione: Facebook e Twitter.

Verrà effettuata un'analisi intermedia, sulla base di report trimestrali (marzo e giugno 2018), per verificare l'efficacia della sperimentazione.

4.1.3 Newsletter digitale

Per rafforzare la comunicazione verso i target di riferimento, sarà progettata e inviata via e-mail una newsletter elettronica.

La newsletter avrà una cadenza mensile e sarà valutata la possibilità di realizzare numeri speciali in casi particolari come, a mero titolo di esempio, in caso di eventi, campagne pubblicitarie, ecc.

4.1.4 Attività giornalistica e media relations

Saranno organizzate, come negli anni passati, eventuali conferenze stampa, se ritenuto 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.

Sarà, inoltre, rinnovata la convenzione 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, 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.

Per quanto riguarda i servizi video-giornalistici, è già stata concordata la realizzazione di n. 6 servizi TV di 1-3 minuti e n. 4 speciali di 8-12 minuti: 1 passaggio + replica sulle 11 TV locali.

4.1.5 Partenariato e RRN

Il 2018 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. Nei primi mesi dell'anno, infatti, si lavorerà per consolidare la mappatura del partenariato e procedere a un'analisi delle loro metodologie di comunicazione, in modo da individuare, tramite l'eventuale elaborazione di un piano di partenariato, tutti i canali push e pull attivabili, con l'obiettivo di avviare un progetto di comunicazione sinergica.

Non solo, quindi, come negli anni passati, momenti di confronto e condivisione (workshop, seminari, ecc.), ma anche di informazione (uso degli house organ delle organizzazioni delle aziende agricole – “Dimensione agricoltura” di CIA e “La campagna toscana” di Coldiretti; n. 6 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).

Inoltre, si prevede l'avvio di nuovi tipi di collaborazione per cercare di comunicare ai beneficiari attuali e potenziali e a tutti i cittadini le opportunità previste per il 2018.

4.1.6 Eventi e fiere

Come previsto nella SdC, anche nel 2018 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 sui risultati del PSR, a metà programmazione (secondo semestre 2018);
- n. 1 evento plurifondo in occasione dell'Anno del cibo (novembre 2018);
- n. 1 partecipazione a fiere e manifestazioni, ovvero Agri&tour (Arezzo);
- n. 1 Comitato di sorveglianza (giugno 2018).

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;

- streaming dell'evento sul web;
- campagna social;
- speciale newsletter elettronica;
- video storytelling sulle misure – vedi quanto specificato nel paragrafo 4.1.4;
- puntate con servizi video giornalistici sui progetti dei beneficiari del PSR in corso e le novità per il 2018 (distribuzione televisiva) – vedi quanto specificato nel paragrafo 4.1.4;
- roll up istituzionali;
- n. 1 totem istituzionale 85x200 cm;
- brochure istituzionale (n. 5.000 copie);
- n. 200 locandine istituzionali;
- cartelline, blocchi e penne (n. 500 cad. prodotto).

Per i dettagli, consultare il Manuale dell'immagine coordinata.

4.1.7 Pubblicazioni e materiale informativo

Di seguito un primo elenco di quanto si intende realizzare nel 2018:

- brochure istituzionale, da distribuire in occasione dell'evento annuale;
- n. 2 flyer collegati alle campagne previste (vedi più avanti);
- slide;
- partecipazione alla pubblicazione de Il Sole24Ore ("Toscana Europa").

In generale, viene predisposto adeguato materiale informativo in occasione delle 2 campagne pubblicitarie previste nel 2018 (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, sarà portata a termine nel primo semestre del 2018. Dopo, infatti, aver effettuato tutte le verifiche del caso con il Dipartimento per le politiche di coesione e aver concordato l'estrazione dei dati necessari con l'organismo pagatore (ARTEA) e la loro trasposizione nel format predisposto, gli open data del PSR saranno pubblicati sul sito, sia in formato CVS che XLS, corredati della licenza open suggerita da OpenCoesione e già in uso alla Regione Toscana. Tutti i cittadini hanno, perciò, la possibilità di scaricare, consultare e riutilizzare i dati messi a disposizione, facilitando in questo modo l'adempimento dei requisiti Ue di visibilità e trasparenza.

4.1.9 Campagne pubblicitarie

Nel 2018 sono previste la partecipazione alla campagna plurifondo brand GiovaniSì e la realizzazione di 2 campagne pubblicitarie (entrambe nel secondo semestre 2018): la prima è dedicata ai bandi in uscita e, in particolare, all'irriguo; l'altra è dedicata alla comunicazione dei nuovi strumenti finanziari di cui potranno usufruire i beneficiari potenziali e attuali.

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 (n. 5.000 copie) – nel caso della campagna sugli strumenti finanziari il leaflet sarà distribuito tramite le banche;
- roll up (nel caso della campagna sugli strumenti finanziari i roll up saranno realizzati in un numero sufficiente a coprire le filiali più importanti aderenti all'iniziativa e sarà distribuito alle banche stesse);
- 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.

Le campagne saranno, inoltre, supportate da una conferenza stampa di lancio.

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, per rispondere agli obblighi di pubblicità previsti dai regolamenti comunitari a carico dei beneficiari del PSR Toscana 2014-2020, vengono realizzati:

- manuale di supporto alle attività di informazione e comunicazione;
- messa a disposizione dei format necessari (targhe, cartelloni, ecc.).

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

5. Monitoraggio e valutazione

Le attività di monitoraggio previste per il 2018 saranno implementate come da Piano di monitoraggio, che dovrà essere necessariamente concordato per temi e modalità operative con il valutatore.

In particolare, in questa annualità saranno affinate le fasi di raccolta dati secondo le modalità che saranno definite nel dettaglio dal valutatore indipendente nell'ambito delle relazioni valutative tematiche per avviare il necessario approfondimento previsto dal paragrafo 9.6 del PSR 2014-2020 (capitolo 9 "Piano di valutazione", paragrafo 9.6 "Comunicazioni").

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 2019.

6. Budget 2018

La previsione di spesa per le attività di comunicazione e informazione sopra descritte è pari a circa € 330.000.

7. Timing

Tabella 2 – Timing Piano annuale 2018

Canale/Strumento	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Sito web – aggiornamento contenuti	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Sito web – nuova progettazione					■	■	■	■	■	■		
Social media	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Newsletter digitale			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Attività giornalistica e media relations – comunicati/conferenze stampa	TBD On going											
Attività giornalistica e media relations - ANSA												
Attività giornalistica e media relations – servizi video giornalistici				■	■	■			■	■	■	■
Partenariato e RRN – Mappatura e analisi					■	■	■					
Partenariato e RRN – workshop e seminari												
Partenariato e RRN – Pubbliredazionali mensili	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Partenariato e RRN – Pubbliredazioni bimestrali		■		■		■		■		■		■

Canale/Strumento	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Eventi e fiere – evento annuale												
Eventi e fiere –evento plurifondo Anno del cibo												
Eventi e fiere – CdS												
Eventi e fiere – Agri&Tour												
Pubblicazioni e materiale informativo – brochure istituzionale												
Pubblicazioni e materiale informativo – flyer campagne												
Pubblicazioni e materiale informativo – Toscana Europa												
Open Data												
Campagne pubblicitarie - irriguo												
Campagne pubblicitarie – nuovi strumenti finanziari												
Campagne pubblicitarie – plurifondo												
Pubblico interno												
Supporto ai beneficiari – linee guida												
Supporto ai beneficiari workshop/seminari												

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

Firenze, maggio 2018