



Aggiornamento della strategia di comunicazione Piano di monitoraggio della comunicazione Piano di comunicazione 2018

Comitato di sorveglianza – Firenze, 19 giugno 2018



Perché un aggiornamento della Strategia di comunicazione?

1. Nuova dotazione finanziaria in seguito alla rimodulazione post sisma
2. Conseguente razionalizzazione degli strumenti di comunicazione, dei target e dei canali per migliorarne l'efficacia.
3. Migliore dettaglio di obiettivi generali e specifici in vista dell'attività del valutatore indipendente e definizione di un nuovo piano di monitoraggio.



Obiettivi dell'attualizzazione della SdC – 1/2

- Migliorare la **definizione del pubblico di riferimento** esterno e interno per favorire il dialogo, la partecipazione e l'ascolto
- Predisporre e avviare le attività di **monitoraggio della comunicazione**
- Revisionare **l'immagine coordinata** del PSR Toscana (manuale identità visiva del logo)



Obiettivi dell'aggiornamento della SdC – 2/2

- Riorganizzare e semplificare i **contenuti del sito web** comprese:
 - ✓ una **sezione dedicata ai beneficiari** per fornire loro il supporto richiesto (linee guida cartellonistica e targhe);
 - ✓ una sezione del sito web dedicata agli **open data** (elenco beneficiari, progetti finanziati, ecc.);
 - ✓ **adeguamento** alle nuove linee guida del sito web della Regione Toscana.

Il piano di monitoraggio (allegato alla SdC) – obiettivi 1/3

L'AdG ha la responsabilità, nell'ambito degli interventi di informazione e pubblicità, di creare e attuare un sistema di monitoraggio e valutazione dei piani annuali di comunicazione.

Infatti il sistema di monitoraggio e valutazione della comunicazione del PSR deve perseguire i seguenti obiettivi (art. 68 Reg. UE 1305/2013):

- a) dimostrare i progressi e la realizzazione delle attività di comunicazione e informazione e valutarne impatto, efficacia, efficienza e pertinenza;
- b) favorire il processo di apprendimento comune basato sull'attività di monitoraggio e di valutazione.

Definire metodi e strumenti di raccolta dati secondo un approccio sistemico per la misurazione dei progressi compiuti nell'attuazione degli interventi informativi e pubblicitari e di valutarli in termini di efficacia (plan, do, check, act).



Il piano di monitoraggio – contenuti

2/3

- Definizione della **metodologia** di raccolta dati
- Corrispondenza tra **obiettivi** generali (OG), obiettivi specifici (OS), target e canali di comunicazione
- Individuazione di set di **indicatori** di risultato (qualitativi) e di realizzazione (quantitativi)
- Aggregazione degli indicatori di risultato sulla base di **3 indici: conoscenza, reputazione, partecipazione**

Il piano di monitoraggio – contenuti

3/3

- Realizzazione dello **strumento di raccolta dei dati quantitativi** per gli indicatori di realizzazione
- Indicazioni precise per il **valutatore indipendente** (indicatori di risultato)
- **Tempistica** (raccolta dati semestrale)
- Definizione delle **modalità di condivisione** e comunicazione dei risultati del monitoraggio e valutazione (*)

(*) Il capitolo 9 «Piano di valutazione», paragrafo 9.6 «Comunicazioni» del PSR riporta che "È anche previsto un monitoraggio dell'attuazione della strategia di comunicazione dei risultati della valutazione, volto a verificare l'efficacia e l'efficienza nel raggiungere i target di riferimento prefissati e ricevere feedback sul risultato della valutazione. Dato che la strategia di comunicazione del piano di valutazione è interconnessa con la strategia più generale di comunicazione delle opportunità offerte dal PSR, di questo aspetto ne viene tenuto conto anche nell'ambito del monitoraggio e della valutazione della comunicazione generale delle opportunità offerte dal PSR".



Il piano di comunicazione 2018 – focus 1/6

Inserito nel piano generale della comunicazione della Regione Toscana –
Del. GR 185 del 26/2/18

- **Semplificazione** del linguaggio
- **Dialogo** con i destinatari dei messaggi di informazione e comunicazione
- Informazione sulle opportunità con **nuovi strumenti**
- Maggiore trasparenza (**open data**) e visibilità dei primi **risultati**



Il piano di comunicazione 2018 – strumenti on line 2/6

- Restyling sito web PSR Toscana 2014-2020, compresa la sezione dedicata ai beneficiari (linee guida per cartellonistica e targhe)
- Attivazione comunicazione PSR sui social di RT (Facebook e Twitter)
- Newsletter digitale
- Video storytelling
- Open data (elenco beneficiari on line)*

(* Reg. (UE) 1303/2013, articolo 115, Allegato XII e articolo 96; Reg. (UE) n. 215/2014; “Prime indicazioni tecniche per la pubblicazione dei dati sui siti delle amministrazioni titolari di programmi delle politiche di sviluppo e coesione” – Open Coesione, 21 dicembre 2015; decreto legislativo n. 33/2013, articolo 27.



Il piano di comunicazione 2018 – eventi 3/6

- Evento annuale sui risultati del PSR (dicembre)
- Evento plurifondo in occasione dell'Anno del cibo (novembre)
- Partecipazione ad Agri&tour, Arezzo (novembre)

Il piano di comunicazione 2018 – campagne 4/6

- Gestione risorsa idrica (aziendale e enti pubblici): bandi tipi di operazione 4.1.4 «*Gestione risorsa idrica per scopi produttivi da parte delle aziende agricole*» e 4.3.1 «*Sostegno agli investimenti agricoli in infrastrutture per migliorare la gestione della risorsa idrica*») – ottobre
- Strumenti finanziari (tipi di operazione 4.1.6 «*Miglioramento della redditività e competitività aziende agricole – strumenti finanziari*» e 4.2.2 «*Sostegno a investimenti a favore della trasformazione/commercializzazione e/o sviluppo prodotti agricoli - strumenti finanziari*») - novembre/dicembre
- Campagna brand giovanisì (plurifondo)

Il piano di comunicazione 2018 – pubblicazioni 5/6

- Brochure istituzionale, da distribuire in occasione dell'evento annuale
- n. 2 flyer collegati alle campagne previste (nuovi strumenti finanziari e bandi irriguo)
- Pubblicazione plurifondo de Il Sole24Ore (“Toscana Europa”)



Il piano di comunicazione 2018 – attività giornalistica e partenariato

6/6

- Publiredazionali house organ
- Publiredazionali plurifondo su testate locali
- Collaborazione con agenzia di stampa Ansa toscana
- Servizi videogiornalistici

Attività di comunicazione del 2017/2018 (primi 6 mesi) 1/3

Attività	Target	Prodotti realizzati
<p>Evento regionale Conferenza dell'Agricoltura e dello Sviluppo rurale compreso evento annuale del PSR (Aprile 2017)</p>	<p>Tutti i target</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione a “Terza conferenza regionale dell'agricoltura e dello sviluppo rurale”. • <u>Organizzazione di 5 tavoli tematici</u>: "Innovazione e trasferimento delle conoscenze, cooperazione in agricoltura e nello sviluppo rurale"; "Agrobiodiversità, prodotti di qualità e promozione, tradizione e sostenibilità alimentare"; "Sviluppo e vivibilità delle aree rurali, Leader e diversificazione"; "Montagna, foreste, agricoltura e sostenibilità ambientale, contrasto ai cambiamenti climatici"; "Competitività, filiere e giovani. Approccio agli strumenti finanziari”. • Pubblicazione atti sul sito web dedicato al PSR • Attività di ufficio stampa (comunicati stampa e rassegna stampa) • Realizzazione di n. 2 video (11 e 3 minuti) • <u>Pubblicazione "Il futuro disegnato dalla terza Conferenza regionale dell'agricoltura e dello sviluppo rurale" - Sole 24Ore</u> • <u>Numero speciale di Agritoscanaeuropa</u> dedicato alla Conferenza: http://www.regione.toscana.it/-/terza-conferenza-regionale-dell-agricoltura-e-dello-sviluppo-rurale

Attività di comunicazione del 2017/2018 (primi 6 mesi) 2/3

Attività	Target	Prodotti realizzati
Campagna "Facciamo insieme il Parco della Piana" nell'ambito delle azioni di comunicazione sul futuro del parco della piana	Cittadini	<ul style="list-style-type: none"> • Campagna di comunicazione del bando sottomisura 8.1 – piantumazione • Realizzazione di un video http://www.regione.toscana.it/documents/13962821/0/SPECIALE+TOSCAN+A+IN+ONDA_12+Bando+parco+della+Piana+%28tv%29.mp4/f8299beb-b1cb-48cb-912e-2f940ef62d95 • Realizzazione della creatività • Pianificazione su 10 testate (anche on line) e 4 emittenti TV locali • n. 1 servizio video-giornalistico
Campagne di comunicazione su bandi 2017 del Programma di Sviluppo Rurale	Tutti i target	<ul style="list-style-type: none"> • Pagine pubblicitarie PSR su periodici CIA e Coldiretti. • Realizzazione di due servizi videogiornalistici realizzati da Toscana Media Channel su Montagna PT e Florivivaismo • Speciale Toscana Europa plurifondo (Sole 24 Ore) • Partecipazione Agri&Tour (Arezzo)

Attività di comunicazione del 2017/2018 (primi 6 mesi) 3/3

Attività	Target	Prodotti realizzati
Social	Tutti i target	Avvio canali social facebook twitter tramite account RT
Strumenti on line	Tutti i target	Open data; Aggiornamento e implementazione sito web; risposte tramite il form on line «scrivici» (oltre 5000 risposte evase); predisposizione basi per newsletter digitale (settembre primo numero); Manuale identità visiva logo; Predisposizione linee guida e format per targhe e cartellonistica
Attività giornalistica e partenariato	Potenziali beneficiari	<ul style="list-style-type: none"> • Pagine pubblicitarie plurifondo su: Tirreno; "L'economia" del Corriere della Sera; Rapporto Toscana del Sole 24Ore • Publiredazionali house horgan (Cia e Coldiretti) • Redazione di news, servizi e approfondimenti sulle opportunità e le novità legata ai fondi (progetto plurifondo ANSA – programmi europei).
Eventi	Beneficiari	Evento 11 maggio "Che futuro per la politica di coesione dopo il 2020?"
Eventi	Potenziali beneficiari	Eventi sul territorio per comunicare i bandi PIF settore agroalimentare, Pif settore forestale e bando sottomisura 7.2 (in collaborazione con Anci)
Attività giornalistica	Cittadini	Servizio videogiornalistico realizzato da Toscana Media Channel
Comunicazione interna	Stakeholder interni	Tavolo comunicazione Regione Toscana 18 ottobre 2017 e 13 giugno 2018



Per maggiori approfondimenti visita la sezione
«informazione e comunicazione»

<http://www.regione.toscana.it/psr-2014-2020/informazione-e-comunicazione>

Per informazioni sul PSR compila il form on line

<http://www.regione.toscana.it/psr-2014-2020/scrivici>