



Report annuale delle attività **2022**

Servizio di esecuzione e gestione del Piano di comunicazione a sostegno del PSR Veneto 2014-2020 e della politica di sviluppo rurale 2023-2027. CUP H19J21000570009 e CIG 8688351E0





Report annuale delle attività **2022**

Servizio di esecuzione e gestione del Piano di comunicazione a sostegno del PSR Veneto 2014-2020 e della politica di sviluppo rurale 2023-2027. CUP H19J21000570009 e CIG 8688351E0

30 Gennaio 2023

Indice

1. Premessa	1
2. Esecuzione e indicatori di attività: output e attività realizzati	3
2.1 Riepilogo generale di output e attività realizzate	4
2.2 Output e attività realizzati per area di attività	5
2.3 Confronto con la pianificazione annuale e valutazione complessiva	31
2.4. Criticità riscontrate e soluzioni adottate	32
3. Stato di avanzamento esecutivo del Piano pluriennale	33
4. Monitoraggio degli indicatori di risultato e Strategia	34
4.1 Principali indicatori di risultato per area di attività	34
4.2 Valutazione dello stato di perseguimento degli obiettivi (PdC e Strategia)	35



1.Premessa

Il presente documento presenta un riepilogo delle attività di comunicazione e informazione a sostegno del PSR Veneto 2014-2020 e della politica di sviluppo rurale 2023-2027 della Regione del Veneto che si sono svolte nel corso dell'anno 2022.

Il report, a scopo principalmente informativo, presenta una panoramica esaustiva di quanto realizzato, cui si affianca il quadro numerico di sintesi di tutte le attività e gli output realizzati.

Le attività di comunicazione e informazione hanno seguito la pianificazione effettuata a inizio anno, attraverso la redazione di uno specifico piano annuale. Tale pianificazione è consultabile al link <https://psrveneto.it/psr-2014-2020/comunicazione/>, sezione del sito web dove è possibile trovare la Strategia di comunicazione del PSR Veneto 2014-2020, il Piano di comunicazione e i piani annuali delle azioni di comunicazione.

In particolare, da una lettura trasversale di tutti i documenti sopracitati, messi in relazione con il contesto di previsione delle attività nel corso del 2022, è stato possibile individuare concretamente gli obiettivi specifici (OS) da

raggiungere e il pubblico di riferimento. Inoltre, si ricorda che il 2022 è stato un anno particolare, sia perché ha vissuto il prolungamento della programmazione (estensione 2021-2022 del PSR Veneto 2014-2020), sia perché ha risentito inevitabilmente degli effetti di coda della pandemia da Covid-19 sia, infine, perché ha subito l'eco della guerra in Ucraina. Tutti questi elementi che hanno indubbiamente inciso sulle scelte politiche e amministrative, hanno avuto conseguenze anche sulle attività di comunicazione, anche se con un impatto inferiore rispetto al 2020-2021. A ciò si deve aggiungere che il 2022 è stato l'anno nel quale si è portato a termine il lungo lavoro per l'avvio della nuova programmazione 2023-2027 e questo ha comportato cambiamenti e adattamenti in fase di esecuzione che hanno impattato sul piano annuale delle attività, portando ad anticipare alcune azioni previste nel 2023 e a posticiparne inevitabilmente altre.

Sono queste le necessarie premesse che forniscono il quadro di riferimento e di lettura di questo report e che hanno consentito di contestualizzare gli obiettivi specifici della Strategia di comunicazione al 2022, come esplicitato nella tabella che segue:

Obiettivo specifico	Target	Programmazione di riferimento
OS 4 Aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui risultati e sui vantaggi generati dal PSR	<ul style="list-style-type: none">Cittadinanza	PSR Veneto 2014-2020
OS5 Rafforzare la collaborazione e il coinvolgimento con il Partenariato	<ul style="list-style-type: none">Portatori di interesse	PSR Veneto 2014-2020 CSR Veneto 2023-2027
OS 3 Consolidare e migliorare la comunicazione di supporto tecnico e di assistenza ai beneficiari e potenziali beneficiari	<ul style="list-style-type: none">Beneficiari attuali e potenziali	PSR Veneto 2014-2020
OS 6 Garantire la trasparenza del sostegno unionale e della gestione del programma	<ul style="list-style-type: none">CittadinanzaBeneficiari e potenziali beneficiariPortatori di interesse	PSR Veneto 2014-2020 CSR Veneto 2023-2027

Tabella 1 - Correlazione tra obiettivi specifici, target e programmazione

Evidenze positive sul perseguimento degli obiettivi specifici OS4 e OS5 sono emerse dai questionari di gradimento erogati in occasione degli eventi e dall'incremento di iscrizioni alla newsletter. L'OS3, pur non prioritario nel 2022, è stato perseguito principalmente attraverso un'attività continuativa sul sito del programma, e dei social network, oltre che in occasione degli eventi e attraverso la campagna "evento biologico". Un'analisi più approfondita della correlazione tra le attività svolte nell'anno e il perseguimento degli obiettivi strategici è presente nel capitolo 4.3.

Tra gli impatti più importanti che il piano annuale delle azioni di comunicazione (PDA) del 2022 ha subito c'è senza dubbio la rivisitazione operativa rispetto a quanto impostato all'inizio dell'anno per rispondere all'evoluzione del contesto che si è delineato a partire dal mese di maggio 2022. Alcune attività, infatti, previste nel PDA 2022, già a partire dalla fine del secondo semestre hanno richiesto un intervento strategico e programmatico anticipato rispetto a quanto ipotizzato nel mese di gennaio e legato principalmente ai nuovi tempi della programmazione 2023-2027. Ciò ha comportato un intervento specifico che consentisse di far coesistere le attività di comunicazione programmate per il 2022 (principalmente legate alla comunicazione dei risultati della programmazione 2014-2020 oltre che delle opportunità della sua estensione a tutto il 2022) con la comunicazione della nuova programmazione 2023-2027 che ha visto un'accelerazione negli step formali e amministrativi a livello centrale e regionale.

Non solo, quindi, è stato necessario prepararsi alla comunicazione della coesistenza tra due programmazioni, fatto strategicamente non nuovo, ma è stato fondamentale individuare un quadro di riferimento comunicazionale per far fronte alla necessità di abbandonare, con la nuova programmazione 23-27, alcuni punti di riferimento fondamentali per il PSR Veneto. Tra questi, in primis, l'indicazione generale di sganciarsi da alcune definizioni cui il target di riferimento del PSR era abituato da diverse programmazioni come, ad esempio, lo stesso nome "Programma di sviluppo rurale" (ma anche "Piano" e "Complemento"), per orientarsi a **identificare la politica di sviluppo rurale in sé perseguita sul territorio veneto.**

Questa constatazione di un primo importante cambiamento ha portato con sé una serie di valutazioni che caratterizzeranno fortemente la comunicazione dei prossimi anni, ma che dovevano essere in grado, contemporaneamente, di non far dimenticare il PSR Veneto per come è stato conosciuto fino a oggi: la nuova programmazione 2023-2027, infatti, è un ulteriore tassello di un percorso cominciato numerosi anni fa e che continua a esistere e a produrre i propri effetti tangibili, sia in termini di opportunità che in termini di risultati concreti.

Per rispondere a questa sfida, la strategia operativa è stata impostata operativamente in modo da essere in grado di comunicare il nuovo, senza chiudere le porte al vecchio, sia perché riguarda temi che si vanno necessariamente ad accavallare fino almeno a tutto il 2025 sia perché la nuova programmazione nasce inevitabilmente dalle esperienze precedenti e **deve essere in grado di valorizzare tutto il percorso fatto fino ad ora dalla Regione del Veneto, dal partenariato e da tutti i cittadini**, beneficiari e non del Fondo europeo agricolo di sviluppo rurale (Feasr).

L'elaborazione del nuovo approccio operativo ha comportato necessariamente lo spostamento al 2023 di alcune attività, tra le quali, in primo luogo, la campagna di comunicazione istituzionale, per lasciare spazio alla progettazione strategica delle attività di comunicazione, così come dei nuovi messaggi e del nuovo approccio, in modo da far partire le attività di comunicazione e informazione nel modo più corretto possibile a partire dai primi mesi del 2023. Per i dettagli si veda il piano annuale delle azioni di comunicazione (PDA) del 2023, disponibile al seguente link: https://psrveneto.it/wp-content/uploads/2022/12/PDA_2023_DEF-1.pdf.

Nel successivo capitolo 2 viene presentato il quadro analitico di tutte le attività realizzate nell'anno e dei relativi output, con le relative quantità, suddivise per Aree.



2. Esecuzione e indicatori di attività: output e attività realizzati

Di seguito vengono presentate le attività e i relativi output realizzati nel quadro del PDA 2022.

Le attività realizzate sono presentate rispettando la suddivisione delle aree di attività previste ovvero:

- A1 – Pianificazione, coordinamento e monitoraggio;
- A2 – Materiale grafico e iconografico;
- A3 – Video e prodotti multimediali;
- A4 – Comunicazione web e social;
- A5 – Campagne pubblicitarie;
- A6 – Eventi e incontri;
- A7 – Pubblicazioni informative e materiali promozionali.



2.1 Riepilogo generale di output e attività realizzate

Di seguito il quadro complessivo degli output realizzati per ciascuna Area di attività, con le relative quantità

Area	Output	Quantità
A1	a – Piano annuale delle attività	2
A1	b - Incontri di coordinamento mensili	12
A1	c - Relazione semestrale di esecuzione	2
	Totale Area 1	16
A2	a- Database immagini	1
A2	b- Acquisto di un set di Immagini da banche dati: 150 immagini	0,75
A2	e- Infografiche statiche	1
A2	f- Card social	3
A2	g- Banner per campagne	On going
A2	h - Inserzioni per campagne	On going
A2	i- Manuale di immagine coordinata	1
	Totale Area 2	6,75
A3	a- Video e prodotti multimediali	1
A3	b- Video interviste	16
A3	c- Video spot	1
	Totale Area 3	18
A4	a- Gestione tecnica e redazionale dei contenuti web e social	2
A4	b- Azioni di Sviluppo sito web	1
A4	d - Manutenzione, hosting, housing, rinnovo servizi	On going
A4	e- Analisi di posizionamento SEO	1
	Totale Area 4	4
A5	Campagna per eventi	1
A5	Campagna per newsletter	1
	Totale Area 5	2
A6	a1- Incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale in presenza	2
A6	b1-Comitato di sorveglianza (CdS) in presenza	1
A6	c1- Workshop tematici in presenza	1
	Totale Area 6	4
A7	a- Banner Roll up	2
A7	b- Pannellature per eventi	2
	Totale Area 7	4

Tabella 2 - Output realizzati nel 2022 per Area di attività

2.2 Output e attività realizzati per area di attività

Seguendo l'organizzazione per linee di attività, come sopra riportato, in questo paragrafo sono descritte tutte le attività realizzate nel 2022. Per quanto attiene, invece, i dati significativi legati alla realizzazione dei singoli output, si rimanda al quadro di monitoraggio disponibile presso gli archivi condivisi tra Adg e RTI.

2.2.1 Area 1 - Pianificazione, coordinamento e monitoraggio

Area	Output	Quantità
A1	a – Piano annuale delle attività	2
A1	b - Incontri di coordinamento mensile	12
A1	c - Relazione semestrale di esecuzione	2
Totale Area 1		16

Tabella 3 - Area di attività 1: Output realizzati nel 2022

L'area di attività A1 ricomprende tre sotto aree:

- 1. Pianificazione:** l'elaborazione dei documenti utili alla progettazione e pianificazione delle attività.
- 2. Coordinamento:** le attività necessarie per la gestione e il coordinamento del Piano di comunicazione e del Gruppo di lavoro
- 3. Monitoraggio:** la realizzazione delle attività di monitoraggio su attività, output prodotti e risultati conseguiti.

Output A1.a: Piano di comunicazione annuale.

Sono stati realizzati due Piani annuali delle attività di comunicazione (PDA), documenti che contengono il dettaglio delle attività previste per ciascuna annualità, comprensivi delle tempistiche di realizzazione e delle risorse economiche da impiegare. Il primo, consegnato a gennaio, riguarda la pianificazione per l'anno 2022, mentre il secondo, consegnato a novembre, presenta le attività per il 2023.

I PDA vengono divulgati tramite il sito web e sono consultabili all'indirizzo <https://psrveneto.it/psr-2014-2020/comunicazione/>. Qui è possibile trovare, quindi, tutte le informazioni necessarie per comprendere il contesto che guida le scelte strategiche e operative di tutte le attività.

N. output prodotti: 2



Output A1.b: Incontri di coordinamento con cadenza mensile.

Nel 2022 si sono svolti tutti gli incontri di coordinamento mensili previsti che sono stati svolti in presenza o in video-conferenza, con il seguente calendario:

- IC1: riunione di avvio delle attività (11 gennaio);
- IC2: 9 febbraio;
- IC3: 14 marzo;
- IC4: 20 aprile;
- IC5: 16 maggio;
- IC6: 27 giugno;
- IC7: 27 luglio;
- IC8: 30 agosto;
- IC9: 21 settembre;
- IC10: 3 ottobre;
- IC11: 7 novembre;
- IC12: 12 dicembre.

In occasione di ogni incontro è stato redatto il relativo report di sintesi della riunione che riporta le principali decisioni assunte e la definizione delle scadenze delle attività.

N. output prodotti: 12 IC e n. 12 report di sintesi

Output A1.c: Relazione semestrale di esecuzione.

La relazione di esecuzione delle attività assume finalità rendicontative in quanto consiste in un documento che riepiloga le attività svolte per ciascun output del servizio e la relativa spesa sostenuta nel periodo di riferimento. La relazione è semestrale ed è prevista in consegna nei mesi di giugno e dicembre.

La relazione è accompagnata da un quadro di monitoraggio dell'intera fornitura, nel quale vengono inseriti i dati quantitativi del monitoraggio per le singole linee di attività con il dettaglio dei risultati raggiunti. Anche il quadro di monitoraggio viene aggiornato due volte l'anno e fornisce una panoramica dei dati per l'anno solare.

N. output prodotti: 2 relazioni



Servizio di esecuzione e gestione del Piano di comunicazione a sostegno del PSR Veneto 2014-2020 e della politica di sviluppo rurale 2023-2027 - CUP H19J21000570009 e CIG 8688351E0C

Oggetto: Incontro di coordinamento mensile (n. 10-2022) del 03/10/2022

Modalità di svolgimento: in presenza, dalle ore 9:30 alle ore 16:00

Data del documento: 04/10/2022

Partecipanti:

Fondazione Giacomo Brodolini Srl SB & PR Consulting & Mirus (RTI)	Autorità di Gestione (AdG) del PSR Veneto 2014-2020
Raffaele Paciello	Gionata Asti
Claudia Fedele	Alessandro Tomasutti
Mariapaola La Caria	Raffaele Bellio
	Cristina Pagotto

Punto 1
A1 - Pianificazione, coordinamento e monitoraggio
Aggiornamento e condivisione sul quadro generale delle attività in vista della nuova programmazione e calendarizzazione del Piano annuale delle attività 2023.

A1.a Piano annuale delle attività

AdG aggiorna sul quadro generale (nazionale e regionale) relativo allo stato di avanzamento della nuova programmazione 23-27. Il 30 settembre è stato inviato il PSN PAC 2023-2027 Italia a Bruxelles (invio e non notifica). La notifica ufficiale del PSN PAC, nella nuova versione, è prevista entro il 30 ottobre 2022, data da cui si avvieranno i termini, pari a massimo 60 giorni, per l'approvazione formale da parte della Commissione europea. Questo comporta che il PSN PAC Italia potrà essere approvato verosimilmente entro il 31 dicembre 2022. A prescindere da queste date, AdG sta comunque lavorando all'affinamento del Complemento regionale di sviluppo rurale (CSR) versione 2, in modo da poterne prevedere l'approvazione definitiva entro gennaio 2023, dato che il passaggio interno prevede l'approvazione in Giunta e non anche in Consiglio. Il Complemento regionale, in ogni caso, è alla base del percorso di definizione del PDA 2023 per il quale AdG presenta una proposta di cronoprogramma degli output da realizzare.

In particolare, AdG procede con la presentazione della scaletta di pianificazione, che viene consegnata in formato cartaceo e presentata. La scaletta prevede le attività da programmare per l'anno 2023, considerando il possibile cronoprogramma dei bandi che prevede le seguenti uscite:

- Febbraio: bando Leader
- Marzo: bandi ACA (agro-climatico-ambientali)

1



Servizio di esecuzione e gestione del Piano di comunicazione a sostegno del PSR Veneto 2014-2020 e della politica di sviluppo rurale 2023-2027. CUP H19J21000570009 e CIG 8688351E0C

Relazione semestrale di esecuzione
n. 1 / 2022
(13 dicembre 2021 – 13 giugno 2022)



2.2.2 Area 2 - Materiale grafico e iconografico

L'area A2 ha visto la realizzazione di prodotti e servizi a supporto del Piano di comunicazione, come dettagliati in tabella:

A2	a- Database immagini	1
A2	b- Acquisto di un set di Immagini da banche dati: 150 immagini	0,75
A2	e- Infografiche statiche	1
A2	g- Banner	On going
A2	h - Inserzioni	On going
A2	f- Card social	3
A2	i- Manuale di immagine coordinata	1
Totale Area 2		6,75

Tabella 4 - Area di attività 2: Output realizzati nel 2022

Output A2.a: Database immagini.

Per rispondere all'esigenza di avere un repository immagini che possa essere consultato in sicurezza da tutto il gruppo di lavoro coinvolto nella realizzazione delle attività, è stato realizzato un software ad hoc, navigabile, con accesso controllato con user name e password, online e facilmente accessibile. Il software è stato realizzato in javascript con React, Express.js e node.js, utilizza un database Mysql ed è ospitato in cloud su un server dedicato.

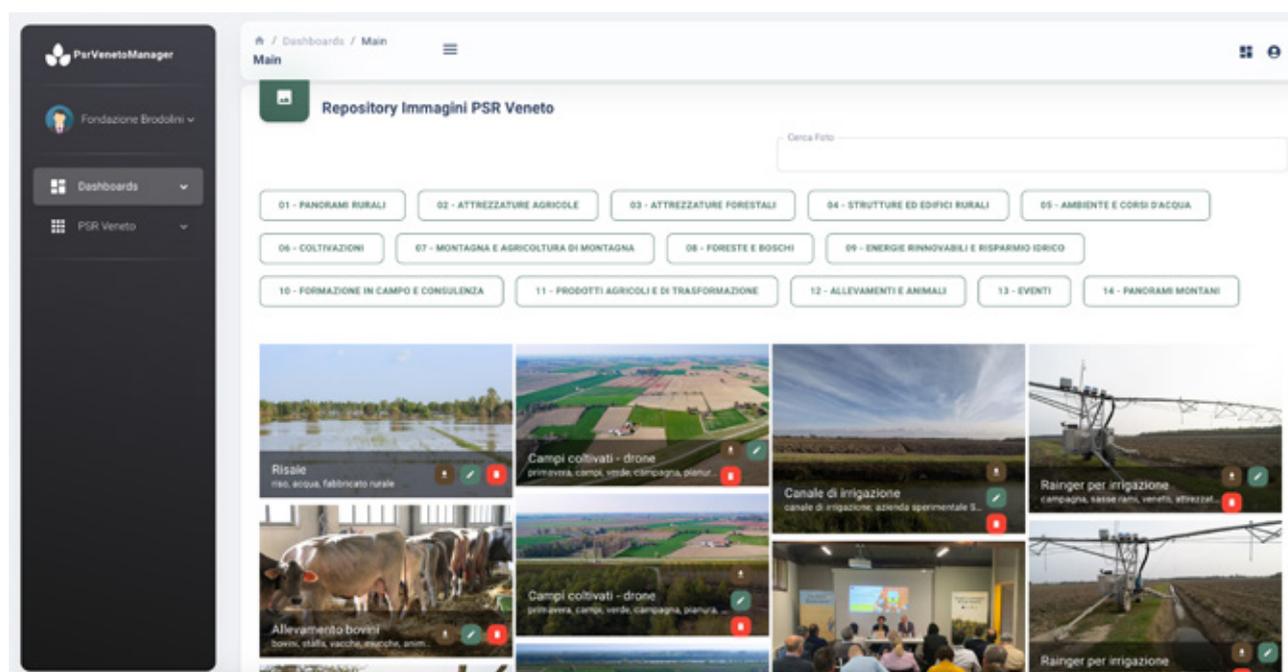
N. output prodotti: 1 software web di repository delle immagini

Output A2.b: Acquisto di un set di immagini da banche dati.

Per migliorare la qualità e la pertinenza del materiale iconografico, l'Autorità di gestione e il RTI hanno convenuto nel ricorrere a scatti originali anche per questo output. Così, per evitare la scarsa attinenza tematica e geografica delle immagini da banche dati ed eventuali difficoltà amministrative riguardanti il loro utilizzo, si è provveduto a individuare un fotografo professionista incaricato di realizzare le immagini previste per l'output A2.b.

Le immagini sono, quindi, realizzate appositamente in base a criteri specifici condivisi con l'Autorità di gestione ovvero:

- attinenza dei soggetti ritratti alle parole chiave individuate;
- attinenza dei soggetti ritratti a specifici temi chiave.



Questa prima tranche di scatti hanno riguardato i seguenti temi/soggetti:

- panorami rurali di pianura e collina;
- attrezzature per la coltivazione;
- strutture aziendali ed edifici rurali;
- coltivazioni (seminativi e vigneti);
- attrezzatura per il risparmio idrico.

N. output prodotti: 150 immagini



Alcuni esempi di scatti originali realizzati

Output A2.e: Infografiche statiche.

Nel mese di giugno è stata realizzata una infografica statica, dedicata al percorso regionale intrapreso verso la programmazione 2023-2027. L'infografica è stata realizzata in due formati:

- un formato adatto alla divulgazione online che è possibile consultare a questo link https://psrveneto.it/wp-content/uploads/2022/06/infografica_WEB_23062022.pdf;
- un formato adatto alla stampa che è stato distribuito in occasione dell'evento del 1 luglio dedicato al partenariato. In questo caso è stato realizzato un formato A3 da piegare a metà (A4) con una copertina, due pagine interne e un retro.

L'infografica ha registrato una copertura su Facebook di **724 utenti raggiunti**, mentre la versione cartacea è stata distribuita in **n.73 copie** ai partecipanti dell'evento dedicato al Partenariato.

N. output prodotti: n. 1 infografica statica



Output A2.f: Card social.

Sono state realizzate n. 3 serie di social card, diffuse attraverso i canali social del PSR Veneto.

Social card n.1: I bandi del PSR Veneto

Per la prima serie, dedicata ai bandi del PSR 2014-2022 aperti a dicembre 2021, è stato realizzato un carosello di card con la seguente impostazione:

- Copertina e card di chiusura
- Card descrittive del bando ovvero: tipo di intervento e misura; beneficiari, risorse e scadenza, eventuali dettagli specifici del singolo bando con la realizzazione di n. 5 card in totale per il tipo di intervento 6.1.1, n. 10 card per il tipo di intervento 4.1.1. e n. 9 per il tipo di intervento 3.2.1.

Questa serie di card ha fatto registrare su Facebook una copertura di **8.009** utenti e **397** interazioni; su Instagram una copertura di **1.889** utenti e **95** interazioni.

Social card n. 2: Veneto biologico

La seconda serie di social card è stata dedicata, invece, a un argomento specifico: il settore biologico in Veneto. Il carosello dedicato a questo argomento (per un totale di n. 11 card, comprese la copertina e la card di chiusura) aveva l'obiettivo di presentare i numeri del settore e spiegare il tipo di sostegno che il PSR Veneto fornisce al settore biologico. Le card sono state utilizzate per fornire una serie di dati di sintesi sul settore biologico e sull'avanzamento procedurale e finanziario della Misura 11 del PSR.

Questa serie di card ha fatto registrare su Facebook una copertura di **1.185** utenti e **45** interazioni; su Instagram una copertura di **333** utenti e **12** interazioni.

Social card n. 3: Il percorso regionale verso la programmazione 2023-2027

La terza serie di social card ha riguardato il percorso regionale verso la programmazione 2023-2027. Per questa serie è stato realizzato un carosello di card (n. 10 card in totale) che riporta la medesima impostazione delle precedenti, con copertina e card di chiusura.

Questa serie di card ha fatto registrare su Facebook una copertura di **1.423** utenti e **126** interazioni; su Instagram una copertura di **446** utenti e **30** interazioni.

N. output prodotti: n. 3 social card



Social card n. 1 - I bandi del PSR Veneto



Social card n. 2 - Veneto biologico

SVILUPPO RURALE VENETO
Il percorso regionale verso la programmazione 2023-2027

SVILUPPO RURALE VENETO
Il contesto strategico

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Agenda ONU 2030

Green Deal Europeo

Strategia Biodiversità 2030

Farm to fork

SVILUPPO RURALE VENETO
Il contesto normativo

Obiettivi PAC

Regolamento UE 2021/2115

Approccio strategico unitario: PSN

SVILUPPO RURALE VENETO
2019
Analisi di contesto, fabbisogni e opzioni strategiche

Consultazione del Partenariato

Conferenza dell'agricoltura e dello sviluppo rurale (21 giugno 2019)

SVILUPPO RURALE VENETO
2020
Proposta veneta di quadro strategico per il PSN PAC

Consultazione del Partenariato

Webinar "La proposta veneta per il PSN PAC" (30 ottobre 2020)

SVILUPPO RURALE VENETO
2021
Partecipazione all'elaborazione del PSN PAC Italia

95 Incontri e tavoli tecnici

88 Documenti di posizionamento

Lavori coordinati dal Mipaaf con partecipazione strutture regionali

SVILUPPO RURALE VENETO
2022
Lo sviluppo rurale 2023-2027 in Veneto

Consultazione del Partenariato PAC2030 (luglio-agosto 2022)

Incontro "La strategia per lo sviluppo rurale nel Veneto" (1 luglio 2022)

SVILUPPO RURALE VENETO
Complemento regionale
per lo sviluppo rurale del PSN PAC 2023-2027

Specificità per l'attuazione del 2° pilastro del PSN PAC in Veneto

Interventi di sviluppo rurale attivati in Veneto

26 luglio 2022
 Prima approvazione della proposta di Complemento veneto da parte del Consiglio regionale

SVILUPPO RURALE VENETO
Le prossime scadenze

Approvazione PSN PAC 2023-2027 da parte della Commissione Europea

Approvazione CSR Veneto 2023-2027 da parte della Regione del Veneto

Resti informato su:

psrveneto.it

Social card n. 3 - Il percorso regionale verso la programmazione 2023-2027

Output A2.g: Progettazione e realizzazione Banner per campagne.

Banner per campagna Evento

In occasione dell'evento del 7 aprile "Veneto biologico. Persone, modelli e politiche per un'agricoltura sostenibile" è stata impostata una campagna pubblicitaria, per il periodo 8 – 21 aprile 2022, per la quale è stato realizzato un solo tipo di format ovvero il big rectangle - Dimensioni: 300x250 px

Attività realizzate: n. 1 banner



Banner per campagna newsletter

In occasione della mini campagna (7 novembre – 6 dicembre 2022) dedicata al rilancio della newsletter (vedi A.5) sono stati realizzati i seguenti format per l'editoria web:

- big rectangle - dimensioni: 300x250 px;
- interstiziale – dimensioni 600x170 px;
- banner per mobile – dimensioni 320x100 px;
- banner per la home page del sito web;
- banner da inserire nella newsletter;
- banner da inserire nelle news del sito web.

Per i social sono stati realizzati i seguenti formati:

- Facebook feed (940x788 px)
- Instagram feed (1080x1080 px)
- Instagram stories (1920x1080)

Attività realizzate: n. 6 banner



Esempio di banner nel formato big rectangle

Output A2.h: Progettazione e realizzazione inserzioni campagne stampa.

Sempre per l'evento del 7 aprile 2022 dedicato al biologico si è provveduto a realizzare i seguenti output per la campagna sulle testate online:

- creatività per post Instagram - Dimensioni: 1080x1080 px;
- creatività per Story Instagram - Dimensioni: 1920x1080 px;
- creatività per post Facebook - Dimensioni: 1200x630 px;
- cartello per chiusura redazionali TV - Dimensioni: 1920x1080 px.

Attività realizzate: n. 4 formati



Esempio post Facebook



Esempio Story Instagram

Output A2.i: Manuale dell'immagine coordinata.

A seguito della messa a punto della nuova strategia di comunicazione per il 2023, concepita per rappresentare tramite un "nuovo" brand dello Sviluppo rurale Veneto, si è proceduto con la realizzazione di un logo adeguato e del relativo manuale d'uso, nonché del manuale di immagine coordinata.

Il nuovo logo dello Sviluppo rurale Veneto è stato sviluppato sulla base di alcuni concetti fondamentali: la **continuità** con le precedenti programmazioni dello sviluppo rurale, le **radici**, intese come elemento naturale e come patrimonio fondato sulla identità rurale veneta. Il concept vuole orientare l'idea di sviluppo non solo verso l'ambito rurale, ma lo estende verso quello ambientale, economico, sociale, umano. Il logo, quindi, rappresenta allo stesso tempo la **centralità della sostenibilità**, in particolare ambientale, la **propensione all'innovazione e lo slancio verso il futuro**.

Il logo si propone di interpretare con uno stile moderno e lineare alcuni concetti fondamentali, quali:

- le **radici dell'albero**: non solo rimandano al patrimonio e all'identità del territorio che fungono da base per costruire il futuro, ma si configurano anche come una rete, con riferimento alle connessioni e al network di persone, aziende, enti;
- l'**albero stilizzato**: rimanda all'agricoltura, ma anche allo sviluppo, alla crescita, al rispetto dell'ambiente e del territorio, è rigoglioso nel protendersi verso l'alto e simbolicamente verso il futuro;
- le **persone**: quasi in una fusione con l'elemento naturale, i rami si fanno umani e festeggiano insieme alle foglie lo sbocciare di nuove possibilità;
- il gruppo di **foglie finali**: è un elemento di continuità con il logo precedente, ripreso e utilizzato nei nuovi materiali di comunicazione.

Il logo caratterizza la programmazione per lo sviluppo rurale 2023-2027, ma è il punto di riferimento centrale della strategia di comunicazione che mira a ricomprendere gli effetti di diversi periodi di programmazione sotto l'unico concetto di "Sviluppo rurale del Veneto".

N. output prodotti: n. 1 manuale dell'immagine coordinata.



2.2.3 Area 3 – Video e prodotti multimediali

L'area A3 comprende tutti i video e prodotti multimediali realizzati nel 2022 ovvero:

A3	a- Video e prodotti multimediali	1
A3	b- Video interviste	16
A3	c- Video spot	1
	Totale Area 3	18

Tabella 5 - Area di attività 3: Output realizzati nel 2022

Sono stati , quindi, realizzati:

- il primo video in motion graphic dei 10 previsti. Il video ha riguardato il tema del biologico ed è stato presentato per la prima volta in occasione dell'evento del 7 aprile 2022 dedicato proprio a questo tema;
- n. 16 video interviste delle 20 previste. Le video interviste raccontano la storia dei beneficiari del PSR Veneto 2014-2020 e di come le opportunità offerte del PSR sono riuscite a supportare progetti di innovazione, di ammodernamento, di ricambio generazionale, ecc. Il tutto raccontato dalla viva voce dei protagonisti stessi;
- n. 1 spot dei 4 previsti.



Output A3.a: Video e prodotti multimediali.

La motion graphic, dedicata ai numeri del settore biologico in Veneto, è stata realizzata rispettando l'immagine coordinata del progetto in generale e dell'evento del 7 aprile 2022, in particolare. Per aumentare la chiarezza espositiva del video è stata introdotta una chiave visiva che consiste nella visuale dall'alto di un navigatore GPS, un espediente grafico che permette di dare risalto al territorio come luogo fisico - e insieme virtuale - dove sono contestualizzati i dati sul comparto del biologico veneto, in generale, con un focus sulla Misura 11 del PSR Veneto 2014-2020, in particolare. Il video è stato presentato per la prima volta in occasione dell'evento del 7 aprile 2022 ed è stato diffuso tramite i canali social del PSR Veneto.

Per vedere il video: <https://www.youtube.com/watch?v=zCGiseHgnU8>

N. output prodotti: n. 1 video in motion graphic



Output A3.b: Video interviste

Nel 2022 sono state realizzate n. 16 delle 20 video-interviste previste dal servizio ai beneficiari del PSR Veneto. Lo scopo delle video interviste è quello di far emergere, con un tone of voice il più possibile caldo ed emozionale, le attività e gli investimenti realizzati grazie al cofinanziamento ricevuto, evidenziando gli impatti generati dai progetti cofinanziati, non solo per l'azienda stessa, ma anche per il territorio. Le interviste sono state realizzate all'interno dei luoghi delle aziende dei beneficiari, valorizzando il più possibile sia gli interni che gli esterni di ogni location con la seguente struttura:

- introduzione generale animata;
- presentazione dell'azienda;
- intervista;
- chiusura con claim e pay off.

In generale, le parti in video e le parti in grafica coesistono nel montato per generare un movimento narrativo anche a livello visivo, in un'alternanza tra testimonianze dirette e riprese di copertura.

Il montato finale delle interviste ha una durata di circa 3 minuti.

Le video interviste sono pubblicate nella sezione dedicata del sito web: <https://scopri.psrveneto.it/> e nel canale YouTube https://www.youtube.com/playlist?list=PLxF-Dx0hw4xqc2oKjL4KyQBhWqXKSB_ksU, inoltre sono oggetto di una campagna specifica sui risultati del PSR Veneto 2014-2022, prevista a gennaio 2023.

Attività realizzate: n. 16 video interviste



Output A3.c: Video spot

Per rendere comprensibile a tutti lo Sviluppo rurale Veneto e il suo impatto sulla regione e su tutti coloro che la abitano, la strategia comunicativa che è stata scelta per questo primo spot è quella di renderlo tangibile. Concretizzare il brand o un programma, come in questo caso, significa riempirlo di significato e di senso, renderlo comprensibile a più pubblici possibili e far capire in maniera chiara i vantaggi che porta alla cittadinanza.

La narrazione, quindi, è in grado di sottolineare come il patrimonio e l'identità del territorio fungano da base solida su cui costruire il futuro e tutti potranno cogliere lo spirito dello Sviluppo rurale Veneto, perché lo avranno già "visto" e/o "vissuto" intorno a loro, nella quotidianità.

Sono state proprio le video interviste ai beneficiari a ispirare il concept dello spot: lo Sviluppo rurale Veneto viene umanizzato e personificato e rappresenta un vero e proprio compagno di viaggio che guida le persone alla scoperta di elementi quotidiani della realtà veneta, a volte anche banali, ma in grado, proprio per la loro familiarità e riconoscibilità di veicolare direttamente o indirettamente concetti quali sostegno allo sviluppo, crescita, rispetto dell'ambiente e del territorio, ecc.

Lo spot, realizzato nel 2022, è oggetto di una campagna dedicata che è stata prevista per il 17 febbraio 2023.

N. output prodotti: n. 1 spot.



2.2.4 Area 4 – Comunicazione web e social

Le attività dell'area A4 riguardano la gestione complessiva della comunicazione online.

A4	a- Gestione tecnica e redazionale dei contenuti web e social	2
A4	b- Azioni di sviluppo sito web	1
A4	d - Manutenzione, hosting, housing, rinnovo servizi	On going
A4	e- Analisi di posizionamento SEO	1
Totale Area 4		4

Tabella 6 - Area di attività 4: Output realizzati nel 2022

Output A4.a: Gestione tecnica e redazionale dei contenuti web e social

Si tratta di un output molto articolato e complesso che comprende in sé numerose attività ovvero:

- presidio dei canali e aggiornamento dei contenuti testuali e grafici;
- invio della newsletter mensile;
- invio DEM;
- montaggio e pubblicazione di video brevi;
- manutenzione grafica;
- piano mensile di pubblicazione dei post social e moderazione delle interazioni;
- report mensile degli strumenti web e social;
- report semestrale degli strumenti web e social.

Le attività dettagliate sono tutte ongoing fino al termine della fornitura, ma possono essere oggetto di progettazione ad hoc, come nel caso di eventuali azioni a sostegno delle campagne e degli eventi, ecc.

Tra le attività realizzate con continuità si segnalano:

- stesura dei piani editoriali settimanali;
- aggiornamento dell'agenda social utilizzata e redazione del copy dei post, nonché loro pubblicazione;
- popolamento dei contenuti del sito web;
- redazione e invio della newsletter mensile.

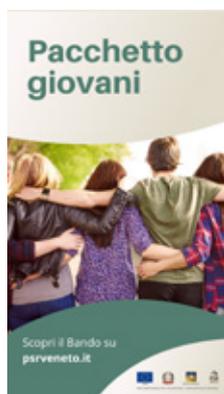
Nel 2022 si è provveduto, in particolare, a elaborare e testare una nuova strategia social e una nuova netiquette, così come a riprogettare la newsletter del PSR Veneto. L'attività ha previsto diverse fasi di realizzazione, ovvero:

1. la progettazione del nuovo **format editoriale**;
2. la progettazione del nuovo **format grafico** e il relativo caricamento e testing;
3. una sessione di **formazione** per il caricamento dei contenuti editoriali sul nuovo template;
4. l'avvio dell'attività di **adeguamento della mailing list** in chiave Privacy.

Per quanto riguarda, invece, specificatamente la realizzazione dei **video**, sono stati rielaborati e montati, in totale n. 16 video interviste ai beneficiari già realizzate e sono stati ideati e realizzati dei teaser da 10" da utilizzare a supporto della promozione delle video interviste sui canali social.

Sono stati realizzati ad hoc dei **template** che ciclicamente vengono cambiati e aggiornati nella parte grafica e con nuovi contenuti testuali, ad esempio:

- post Instagram o carosello Facebook (1080x1080):
- story Instagram e Facebook (1080x1920):
- post Facebook (940 x 788):



Le attività continuative del presente output hanno ricompresso:

Preparazione e invio di newsletter mensili:

- Newsletter n.1: 27 gennaio 2022
- Newsletter n.2: 24 febbraio 2022
- Newsletter n.3: 28 marzo 2022
- Newsletter n.4: 28 aprile 2022
- Newsletter n.5: 26 maggio 2022
- Newsletter n.6: 23 giugno 2022
- Newsletter n.7: 19 luglio 2022
- Newsletter n.8: 24 agosto 2022
- Newsletter n.9: 23 settembre 2022
- Newsletter n.10: 27 ottobre 2022
- Newsletter n.11: 29 novembre 2022
- Newsletter n.12: 16 dicembre 2022

Preparazione e invio di comunicazioni DEM (Direct email marketing):

- DEM 1 - Save the date - Save the date evento biologico (4 marzo)
- DEM 2 - Save the date con programma e link a tutte le liste (10 marzo)
- DEM 3 - Profili degli ospiti talk (16 marzo)
- DEM 4 - Presentazione studio "Atlante" (23 marzo)
- DEM 5 - Invito all'iscrizione e Info utili (30 marzo)
- DEM 6 - MEMO evento (ai soli iscritti all'evento) (5 aprile)
- DEM Evento 21 ottobre 2022 "Ti racconto una storia. Come informare attraverso le emozioni" - 1° workshop Comunicazione dedicato al Partenariato regionale PAC 2030
- DEM 1 - Save the date - Save the date evento comunicazione alla lista partenariato (22 settembre)
- DEM 2 - Profili degli ospiti e relatori (6 ottobre)
- DEM 3 - Save the date con programma e link iscrizione (14 ottobre)
- DEM 4 - Info utili per evento (20 ottobre)

Elaborazione testi e pubblicazione sui social di:

- 253 post pubblicati sulla pagina Facebook
- 187 tweet pubblicati
- 37 post Instagram tra cui 9 reels e 15 caroselli
- 88 stories Instagram
- 4 pacchetti stories "In evidenza"

È stata realizzata inoltre una mini-rubrica social pensata per Instagram dal titolo "#belloerurale". Un palinsesto di 7 uscite di caroselli Instagram riguardante interventi per il recupero e la valorizzazione del patrimonio rurale realizzati dai GAL (Gruppi di azione locale) del Veneto, che sono state pubblicate settimanalmente ogni lunedì a partire dal 10 ottobre al 22 novembre 2022.

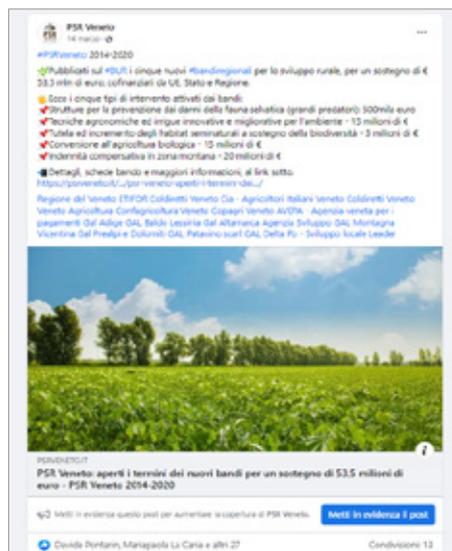
Calendario uscite:

- 10 ottobre: Fontane Lombardesche, Feltre (BL) - GAL Prealpi e Dolomiti
- 17 ottobre: Torre Donà, Rovigo - GAL Adige

- 24 ottobre: Portici, Lendinara (RO) - GAL Delta Po
- 31 ottobre: Ex filanda Andreetta, Follina (TV) - GAL Alta Marca
- 7 novembre: Museo dell'ospitalità, Ospitale (BL) - GAL Alto Bellunese
- 14 novembre: Chiesa della Madonnetta, Este (PD) - GAL Patavino
- 22 novembre: Barchessa del Castello di Soave - GAL Baldo Lessinia

Altri output:

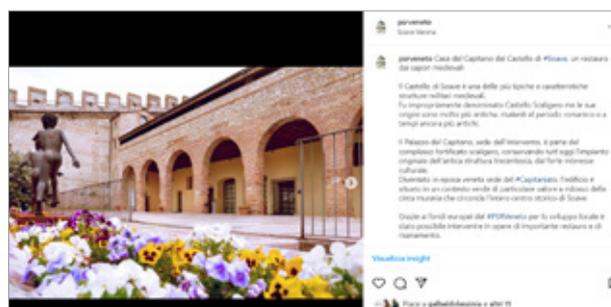
- 1 nuovo format editoriale newsletter;
- 1 nuovo format grafico newsletter.



Esempio post social Facebook



Esempio tweet



Esempio post Instagram

N. output prodotti: n. 2 (2 semestri di attività di gestione continuativa)

Risultati canali web e social del PSR Veneto

 psrveneto.it	 Facebook	 Instagram	 Twitter	 YouTube
73.525 accessi	686.728 copertura	93.149 copertura	16.291 visualizzazioni	11.325 visualizzazioni
156.720 visualizzazioni di pagina	21.256 interazioni	492 interazioni*	3,4% Tasso interazione	---
49.471 Utenti unici	9.732 Follower	1.370 Follower	809 Follower	54 Iscritti

**In questo valore non sono conteggiati i dati di settembre 2022, non più recuperabili per questioni tecniche*



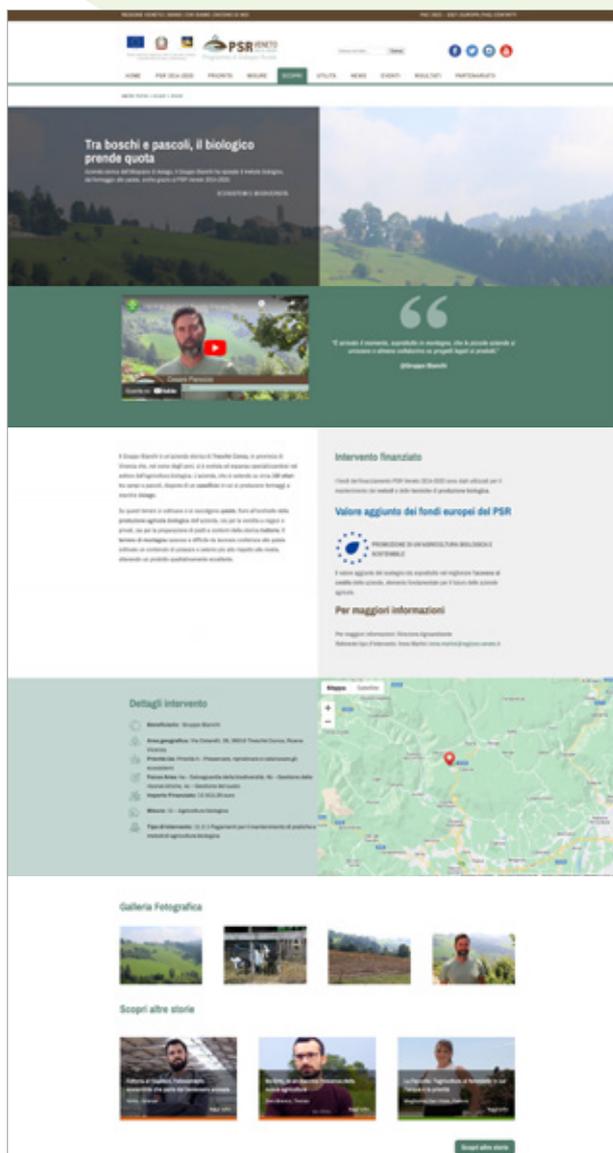
Output A4.b: Azioni di Sviluppo sito web

La prima azione di sviluppo dell'attuale sito web ha avuto come obiettivo principale quello di valorizzare la sezione del sito web dedicata a "Storie di successo" e "Risultati", riorganizzando i contenuti già presenti e creando un nuovo sottodominio dedicato (scopri.psrveneto.it), per migliorare l'attuale usabilità e la user experience, e prevedendo, tra le altre cose, nuovi contenuti ovvero: n. 14 storie rielaborate e montate a partire da video interviste già girate precedentemente, n. 16 video interviste realizzate ex novo, i progetti di innovazione realizzati dai Gruppi Operativi del PEI-AGRI e alcuni progetti di sviluppo locale, compresi gli interventi pubblici (n. 7 storie). La nuova sezione è visitabile qui: <https://scopri.psrveneto.it/>.

L'azione di sviluppo ha riguardato anche le modalità di comunicazione collegate alla presentazione dei testi e al loro editing e ha comportato, quindi, la revisione di tutti i testi e la riscrittura, in alcuni casi.

L'azione di sviluppo è quindi finalizzata a: valorizzare i risultati del PSR Veneto con l'obiettivo di creare un unico spazio di accesso a tutte le informazioni (sia i racconti dei progetti che i dati di monitoraggio procedurale e finanziario); realizzare uno spazio contenutistico di appeal da un punto di vista visivo, in grado di incuriosire il target; organizzare le informazioni in modo da consentire una navigazione più semplice e immediata.

N. output prodotti: n. 1 sezione nuova del sito (<https://scopri.psrveneto.it/>).



Layout di una delle "Storie Venete di Sviluppo Rurale"

Output A4.d: Manutenzione, hosting, housing, rinnovo servizi

I siti web sono ospitati su OVH con il servizio Hosting Performance 2014 con 4 Core e 8 Gb Ram che offre performance adeguate al volume di traffico generato dal sito psrveneto.it e che si suppone generino i siti web che saranno realizzati nel corso della fornitura.

Si è provveduto all'aggiornamento di alcuni servizi del pacchetto hosting ovh per ottenere una maggiore velocità di rendering delle pagine web.

È stato creato un nuovo sottodominio, un nuovo database, e un nuovo sito wordpress su OVH per la nuova sezione del sito scopri.psrveneto.it

Sulla piattaforma wordpress del sito psrveneto.it si è provveduto con costanza all'aggiornamento dei plugin in uso.

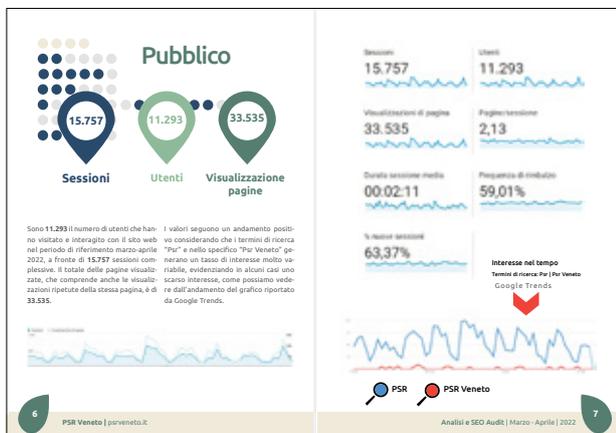
A fine anno è stato, inoltre, registrato un nuovo dominio venetorurale.it, sul quale sarà installato un nuovo database e un nuovo sito WordPress per l'implementazione del sito web dedicato allo sviluppo rurale veneto, previsto in golive nel corso del 2023.

Attività realizzate: manutenzione ongoing di hosting e housing e rinnovo servizi annuale (output in corso di realizzazione)

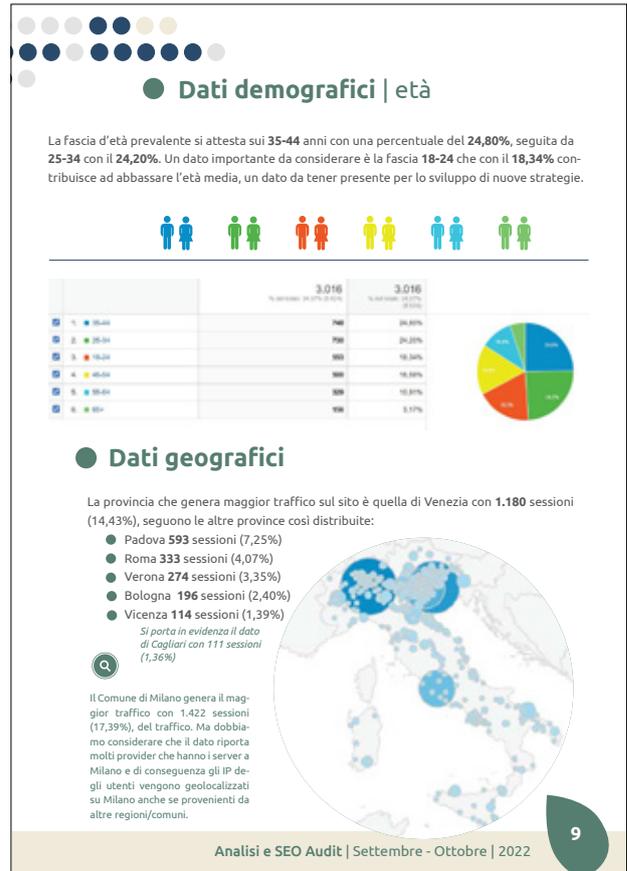
Output A4.e: Azioni di posizionamento SEO

La prima analisi SEO è stata presentata a marzo 2022 e costituisce il punto di partenza per la valutazione di dati e informazioni relativi all'andamento del sito web "psrveneto.it" e al comportamento dei visitatori. Tale andamento viene, nel corso dell'anno, tenuto costantemente sotto controllo con ulteriori report con cadenza bimestrale. L'obiettivo di questi report è quello di fornire un aggiornamento costante della situazione per poter intervenire in maniera celere in caso di scostamenti o problematiche. In particolare, nel report SEO consegnato a settembre e relativo al periodo giugno-agosto è stata inserita un'appendice alla sezione analitica dove sono stati riportati i dati più rilevanti relativi al sito «scopri.psrveneto.it».

N. output prodotti: n. 1 analisi di posizionamento SEO; n. 4 report bimestrale (servizio aggiuntivo)



Report bimestrale (marzo – aprile)



Report bimestrale (settembre – ottobre)

2.2.5 Area 5 – Campagne pubblicitarie

A5	Campagna per eventi	1
A5	Campagna per newsletter	1
Totale Area 5		2

Tabella 7 - Area di attività 5: attività realizzate nel 2022

Le attività dell'area riguardano la realizzazione di n. 1 campagna per eventi e di n. 1 campagna per il rilancio della newsletter.

Campagna "Veneto biologico"

La prima campagna è partita il 9 aprile ed è stata ideata per promuovere i contenuti dell'evento che si è tenuto il 7 aprile presso il Museo del 900 di Mestre, dal titolo: "Veneto biologico. Persone, modelli e politiche per un'agricoltura sostenibile".

Per la campagna sono stati realizzati i seguenti output:

- **piano della campagna** (budget, durata, tipologia di mezzi, formati e frequenza). La programmazione ha avuto una durata di 10 giorni, a partire dal 9 aprile. Le due tipologie di mezzi individuate per raccontare al pubblico l'evento sono: **redazionali televisivi** da un lato e formati **multimediali nativi sul web**, dall'altro. I formati individuati sono stati redazionali native e redazionali TV;
- **proposta creativa** (script, storyboard, proposta grafica);
- **report campagna** (risultati raggiunti, creatività utilizzate, giustificativi).
- **aggiornamento spese per pubblicità – AGCOM** (aggiornamento della scheda per la dichiarazione AGCOM che consente il monitoraggio delle soglie di spesa su base annuale).

In particolare, il piano della campagna ha riguardato:

- **n. 1 campagna di sponsorizzazione social.**
- **n. 1 campagna native.** La campagna è stata avviata in data 12 aprile 2022 ed è durata 10 giorni. Complessivamente, si è registrata una vivace attività verso la comunicazione proposta, avallata dalle 1.989 interazioni con il post e i 1.808 click sul link di riferimento, con un CTR dell'1,06%, che si attesta perfettamente nella media di campagne ADS analoghe con buoni risultati;
- **n. 2 speciali televisivi.** La campagna ha previsto la pianificazione di due redazionali televisivi, le cui riprese sono state realizzate in occasione dell'evento

"Veneto Biologico". Uno speciale è stato realizzato e diffuso dall'emittente "Telenuovo" (durata 2' 51", 6 passaggi totali in palinsesto, di cui 2 all'interno di TG Padova e TG Verona dell'8 aprile). L'altro speciale è stato realizzato e diffuso dall'emittente "Antenna Tre" (durata 3', 9 passaggi totali in palinsesto, di cui 4 nella versione breve all'interno del TGA3 Venezia tra il 9 aprile e il 13 aprile). Entrambi i servizi sono stati resi disponibili anche nel canale Youtube del PSR Veneto.

Nel dettaglio:

- » emittente "Telenuovo": redazionale TV da 180" messo in onda all'interno di TgPadova e TgVerona dell'8 aprile 2022 dalle ore 19.30 alle 23.00 (due passaggi) e in replica il 9 aprile 2022 nei seguenti orari: 06.50; 07.40; 09.00 e 12.20 (4 passaggi);
- » emittente "Antenna Tre": servizi giornalistici su TG A3 Venezia del 9 aprile ore 18:59, repliche il: 12 aprile alle ore 18:57 e alle ore 20:00; 13 aprile alle ore 06:20 e alle ore 14:30. 5 passaggi del redazionale completo, messa in onda il 12 aprile alle ore 18:57, 20:00, 0:00; il 13 aprile alle ore 06:20, 14:30.

Attività realizzate:

- n. 1 piano della campagna (25 febbraio 2022);
- n. 1 proposta creativa (9 marzo 2022);
- n. 1 report campagna (18 maggio 2022);
- n. 1 aggiornamento spese AGCOM (25 febbraio 2022).
- Clic azione "native" su testate regionali: 4.236
- Clic azione "social" (Facebook e Instagram): 1.808



Esempio post Instagram

REGIONE VENETO

Accesso da **tab rotator** in home page dei siti Il Mattino di Padova e La Nuova Venezia

[link native mattino di padova](#) [link native nuova venezia](#)

REPORT NATIVE

IL MATTINO DI PADOVA

DAL 08.04 al 22.04.2022
 VIEWS GARANTITE: 2.000
 VIEWS RAGGIUNTE: 2.211
 DURATA MEDIA: 1'21"

LA NUOVA VENEZIA

DAL 08.04 al 22.04.2022
 VIEWS GARANTITE: 2.000
 VIEWS RAGGIUNTE: 2.025
 DURATA MEDIA: 1'19"

FRANCO CONTARIN
 REGIONE VENETO - DIREZIONE ADG FEASR BONIFICA E IRRIGAZIONE

Veneto biologico: persone, modelli e politiche per un'agricoltura sostenibile servizio TV

Speciale TV su Telenuovo

VENETO BIOLOGICO: UN TRAGUARDO IMPORTANTE | 09/04/2022

76 visualizzazioni · 9 apr 2022

AD NEWS Venezia 09/04/2022 - MESTRE. L'importanza del biologico sulle nostre terre. ATNPI presentato l'editto delle aziende agricole venete che fanno scuola. Il La pandemia prima e ora i risvolti determinati dal conflitto in Ucraina, hanno immerso al centro del dibattito politica la capacità di adattamento al nostro sistema agricolo e alimentare autoctono. L'importanza del biologico che deve essere una priorità. Il Veneto si sta dimostrando all'altezza in quanto in 7 anni sono già quante migliaia gli operatori che hanno scelto di convertire al bio la propria attività agricola, passando da 1054 a 3820. Se ne è parlato ne corso di un convegno: ATNPI di Mestre, in cui è stato presentato l'editto delle aziende venete che fanno scuola. Intervista: FRANCO CONTARIN (DIRETTORE PROGRAMMI SULL'IPPO ROBILIF REGIONI), SALVO FINOTTO (AGRIPOD MANAGEMENT UNIVERSITY CA FOSCARI) (Servizio di Isaria Marcella) - Segui Antenna 3 anche sui digital tv veneta! Visita il sito: [www.antenatv.it](#)

Speciale TV su Antena3

Campagna Newsletter Sviluppo rurale del Veneto

La seconda campagna è stata utilizzata per promuovere la newsletter PSR Veneto, con l'obiettivo di pubblicizzarla e favorire l'iscrizione al servizio di nuovi utenti interessati agli argomenti. Per la campagna sono stati realizzati i seguenti output:

- **piano della campagna** (budget, durata, tipologia di mezzi, formati e frequenza). Sono stati individuati i seguenti mezzi (editoria elettronica e digital):
 - » Banner di promozione formato "Big Rectangle - 300x250 px" pubblicati per un lancio di 28 gg su n.6 portali d'informazione regionali, Mattino di Padova, Corriere delle Alpi, Nuova Venezia, Tribuna di Treviso, Giornale di Vicenza, Arena di Verona (editoria elettronica);
 - » Banner di promozione formato "Big Rectangle - 300x250 px" pubblicati per un lancio di 28gg sul portale tematico "L'informatore agrario" (editoria elettronica);
 - » Banner interstiziale su n. 4 uscite della newsletter de "L'informatore agrario" (editoria elettronica);
 - » Social card per spingere il fan/follower all'iscrizione. La social card è stata veicolata sia su Facebook che Instagram.



La programmazione ha avuto una durata di 28 giorni continuativi, a partire dal 7 novembre.

- **proposta creativa** (script, storyboard, proposta grafica);
- **report campagna** (risultati raggiunti, creatività utilizzate, giustificativi).

La campagna ha prodotto complessivamente **3.294** click sul link "Iscriviti alla Newsletter" (1.216 click da campagna banner; 2.078 click da campagna social).

Attività realizzate:

Campagna di promozione della newsletter:

- n. 1 piano della campagna
- n. 1 proposta creativa
- n. 1 report intermedio e n. 1 report conclusivo

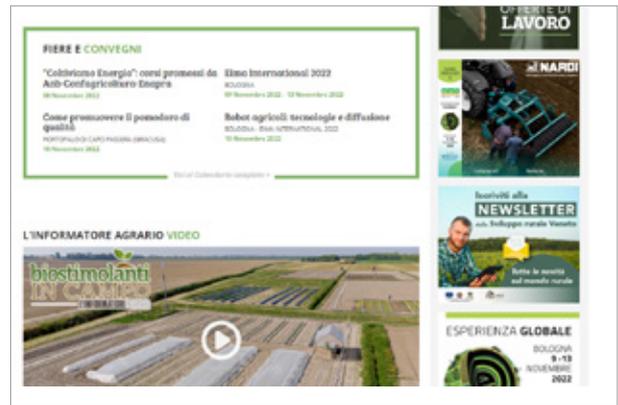


Banner su quotidiano "Il mattino"





Banner su quotidiano "La Tribuna"



Banner su "L'informatore agrario"



2.2.6 Area 6 – Eventi e incontri

A6	a1- Incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale in presenza	2
A6	b1-Comitati di sorveglianza (CdS) in presenza	1
A6	c1- Workshop tematici in presenza	1
Totale Area 6		4

Tabella 8 - Area di attività 6: Output realizzati nel 2022

In questa area sono ricompresi la pianificazione, la progettazione e l'organizzazione di eventi, incontri, seminari e altre tipologie di attività mirate alla comunicazione diretta con i target di riferimento.

Gli eventi organizzati nel corso del 2022 sono stati i seguenti:

- “Veneto Biologico: persone, modelli e politiche per agricoltura sostenibile” – 7 aprile 2022 (a1- incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale in presenza);
- Comitato di Sorveglianza del PSR Veneto – 8 giugno 2022 (b1 – CdS in presenza);
- “PSN PAC 2023-2027: la strategia e gli interventi per lo sviluppo rurale del Veneto” – 1 luglio (a1- incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale in presenza);
- “Ti racconto una storia. Come informare attraverso le emozioni.” - 21 ottobre (c1 – Workshop tematici “Comunicazione collaborativa” in presenza).

Output A6.a.1: Incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale in presenza

Veneto biologico. Persone modelli e politiche per un'agricoltura sostenibile (7 aprile 2022)

L'evento è stato dedicato all'agricoltura biologica e ha supportato la presentazione ufficiale dello studio “Atlante dei modelli di business delle imprese del biologico”, nato dalla convenzione tra la Regione del Veneto e l'Università Ca' Foscari Venezia nel quadro del Programma di Sviluppo Rurale del Veneto 2014-2020.

Numero di presenti: **102**.

Queste le attività svolte:

1. Creatività per la personalizzazione grafica dei materiali necessari alla comunicazione dell'evento (slide evento, sfondo/tappo, fogli firme, area slider homepage sito PSR, totem M9, ecc.)

2. Attivazione azioni di ufficio stampa pre, durante e post evento (comunicato di annuncio, gestione richieste e contatti, predisposizione comunicato di sintesi, supporto nella gestione dei giornalisti e delle riprese degli speciali);

Rassegna stampa: n. 39 uscite rilevate sotto forma di articoli su stampa locale/regionale Nordest, cartacea e online.

3. Gestione iscrizioni, service audio e video e servizio fotografico professionale, servizio di streaming, accoglienza, allestimento con roll up (n.2) e pannellature (n.2);
4. Aperitivo biologico: allestito al terzo piano dell'M9, nella location della mostra “GUSTO! Gli italiani a tavola. 1970-2050”;
5. somministrazione questionario di gradimento inviato a fine evento ai partecipanti (n.92) che hanno dato il consenso a ricevere comunicazioni da parte della Regione. Sono stati raccolti 60 questionari dalla cui analisi è emerso un indice di gradimento complessivo dell'evento pari a **4.09** (valutato su una scala da 1 a 5).

A sostegno e completamento delle attività necessarie all'organizzazione dell'evento, sono stati realizzati i seguenti output (per il dettaglio, si rimanda ai paragrafi relativi alle specifiche Aree):

Area 2

- grafiche per personalizzazione native adv su testate (Mattino, Nuova)
- grafiche personalizzate per campagna digital sui profili social PSR Veneto (es. card, locandina)

Area 3

- Realizzazione video in animazione per presentare in modo semplice e accattivante i numeri del settore biologico in Veneto e gli aiuti del PSR Veneto al settore

Area 5

- Realizzazione campagne social
- Realizzazione campagne pubblicitarie
- Programmazione n.2 servizi televisivi in evento

Area 7

- n.2 roll-up
- n.2 pannellature (2m x 2m)



PSN PAC 2023-2027: la strategia e gli interventi per lo sviluppo rurale del Veneto (1° luglio 2022)

L'evento si è tenuto il 1° luglio presso l'Hotel Crowne Plaza di Limena (PD). L'evento aveva lo scopo di presentare al "Tavolo regionale del Partenariato del sistema agricolo e rurale per la Politica Agricola Comune (PAC) 2021-2027 e lo sviluppo sostenibile 2030" il quadro strategico già maturato insieme al Partenariato regionale, un aggiornamento sullo stato dell'approvazione del PSN PAC 2023-2027 per quanto riguarda lo sviluppo rurale e la conseguente approvazione del Complemento regionale per lo Sviluppo Rurale 2023-2027.

Nello specifico sono stati affrontati i temi relativi a:

- gli interventi che compongono l'architettura verde nel quadro strategico veneto
- gli interventi a sostegno degli investimenti materiali e immateriali nel quadro strategico veneto
- gli interventi forestali nel quadro strategico veneto

Numero di presenti: **73**

Queste le attività svolte:

1. Creatività per la personalizzazione grafica dei materiali necessari alla comunicazione dell'evento. Visto il pubblico mirato a cui è stato dedicato l'evento la creatività è stata utilizzata per:
 - Slide evento + speaker
 - Programma evento
 - Template in grafica evento per presentazioni dei relatori
 - Fogli firme
 - Area slider homepage sito web PSR
 - Infografica statica n.1 Sviluppo Rurale Veneto "Il percorso regionale verso la programmazione 2023-2027"
2. Attivazione azioni di ufficio stampa post evento: presenza in evento e predisposizione del comunicato post evento, invio alla mailing list selezionata, gestione richieste e contatti.
Rassegna stampa: n. 14 uscite rilevate sotto forma di articoli su stampa locale/regionale Nordest, cartacea e online
3. Gestione iscrizioni, service audio e video, accoglienza, coffee-break allestito nel foyer della sala Mirò
4. Somministrazione questionario di gradimento inviato a fine evento ai partecipanti (n.73). Sono stati raccolti n. 34 questionari dalla cui analisi è emerso un indice di gradimento complessivo dell'evento pari a **4,50** (valutato su una scala da 1 a 5).

N. output prodotti: n. 2 eventi in presenza



Output A6.b.1: Comitato di sorveglianza in presenza (8 giugno 2022)

È stato organizzato l'8 giugno il Comitato di sorveglianza in presenza, presso il Centro Cardinale G. Urbani a Zelarino (Mestre Venezia). L'incontro, finalizzato alla presentazione dell'avanzamento del Programma e all'illustrazione delle modifiche dello stesso, ha visto il coinvolgimento dei rappresentanti della Commissione europea, del Ministero per le politiche agricole agroalimentari e forestali, del Ministero delle Finanze e dei soggetti del partenariato.

Numero di presenti: **28**

Di seguito il dettaglio delle principali attività realizzate:

- organizzazione di una cena di lavoro pre-evento per i Dirigenti regionali e i membri della Commissione europea e del Mipaaf;
- organizzazione di n. 1 welcome coffee;
- organizzazione di n. 1 coffee break;
- attività di accoglienza e registrazione;
- distribuzione di materiale promozionale e divulgativo;
- servizio di segreteria organizzativa.
- Supporto ufficio stampa (elaborazione comunicato, editing e verifica contenuti, supporto "pre" e "post" evento, monitoraggio e condivisione di rassegna stampa - n.5 articoli dedicati);
- Allestimento e supporto tecnico
- Servizio fotografico e riprese video
- Copertura evento su social e sito web

N. output prodotti: n. 1 Comitato di sorveglianza (8 giugno) in presenza.



Output A6.c.1: Workshop in presenza

“Ciclo di workshop la comunicazione collaborativa - Ti racconto una storia. Come informare attraverso le emozioni.” (21 ottobre 2022)

L'evento è il primo dei tre appuntamenti del ciclo di workshop “La Comunicazione collaborativa – Un percorso per diffondere lo sviluppo rurale”, organizzato nel quadro delle attività di comunicazione dedicate al partenariato regionale. In particolare, in questo primo appuntamento è stato coinvolto il partenariato regionale proponendo alcuni spunti di riflessione e momenti di confronto su obiettivi e modalità di comunicazione della politica di sviluppo rurale attraverso lo storytelling.

Numero di presenti: 27.

Nella fase organizzativa sono state svolte le seguenti attività:

1. Creatività per la personalizzazione grafica dei materiali necessari alla comunicazione dell'evento (slide, programma, fogli firme, ecc.)
2. Gestione iscrizioni, service audio e video, accoglienza in evento, distribuzione materiali e allestimento sala
3. Somministrazione questionario di gradimento inviato a fine evento ai partecipanti (n.27). Sono stati raccolti n. 13 questionari dalla cui analisi è emerso un indice di gradimento complessivo dell'evento pari a **4,60** (valutato su una scala da 1 a 5).

N. output prodotti: n. 1 workshop in presenza



2.2.7 Area 7 – Pubblicazioni informative e materiali promozionali (primo semestre)

Il materiale prodotto nel 2022 è stato realizzato principalmente in occasione dell'evento del 7 aprile presso il Museo del 900 di Mestre, "Veneto biologico. Persone, modelli e politiche per un'agricoltura sostenibile" ed è stato poi utilizzato per gli eventi successivi (Evento dedicato al partenariato del 1 luglio; CdS dell'8 giugno; workshop del 21 ottobre).

A7	a- Roll up	2
A7	b- Pannellature	2
Totale Area 7		4

Tabella 9 - Area di attività 7: Output realizzati nel 2022

Output A7.a: Roll up

Questa tipologia di materiale è stata realizzata per comunicare concetti di fiducia, sostegno e sviluppo che potessero raggiungere un target ampio, composto non solo da addetti ai lavori ma anche da cittadini, facendo intuire loro i vantaggi e le ricadute positive che il PSR ha sui vari ambiti direttamente o indirettamente coinvolti nel programma. Per questo sono stati scelti dei soggetti inseriti in contesti rurali, in atteggiamenti positivi, gioiosi, di cura, che comunicano speranza e soddisfazione.

Sono stati realizzati n. 2 roll up generici ("Scopri lo sviluppo rurale Veneto e Una Terra da Inventare") in materiale alluminio e poliestere di dimensioni 80 x 200 cm.

Le fotografie sono state inserite in un impianto grafico coerente con gli output di comunicazione esistenti, al fine di rendere riconoscibile e immediato il riferimento ad altri contenuti pubblicati sul web. Il carattere utilizzato è un sans serif bold, che si inserisce in maniera chiara e leggibile all'interno della grafica ed è cromaticamente in armonia sia con le foto scelte che con l'identità visiva di riferimento.

La grafica ha sviluppato gli elementi dell'immagine coordinata degli ultimi anni, in una fase di transizione verso la nuova programmazione e la futura identità visiva.

N. output prodotti: n. 2 roll up



Output A7.b: Pannellature

Le pannellature, così come per i roll-up, sono state progettate con l'obiettivo di raggiungere un pubblico ampio e di comunicare atmosfere positive di speranza e sviluppo.

In particolare, la pannellatura n.1 si presenta con un soggetto fotografico che rimanda sia al lavoro rurale del vigneto, sia all'atteggiamento positivo dei protagonisti. Il claim, lo stesso dei rollup, invita a scoprire il PSR e le varie possibilità che la foto lascia intuire, in maniera non didascalica, ma emozionale, suggestiva.

La pannellatura n.2 presenta colori e font che rinviano all'identità visiva del progetto "Una terra da inventare". Il soggetto è stato scelto con l'obiettivo di rimandare ad un'idea di futuro positivo e di lavoro sostenibile, pensando anche alle nuove generazioni.

La grafica ha sviluppato gli elementi dell'immagine coordinata degli ultimi anni, in una fase di transizione verso la nuova programmazione e la futura identità visiva.

Le n. 2 pannellature sono state realizzate della dimensione 2x2 m, in materiale plastico forex, con base auto portante.

N. output prodotti: n. 2 pannellature



Pannellatura n.1



Pannellatura n.2

2.3 Confronto con la pianificazione annuale e valutazione complessiva

Nella seguente tabella di veloce consultazione si riporta lo stato di avanzamento del PDA 2022 ovvero, sempre per area di attività, cosa è stato realizzato nel corso dell'anno:

Rif	Tipologia	Quantità prevista	Quantità realizzata
A1-a	Piano annuale delle attività	2	2
A1-b	Incontri coordinamento mensili	12	12
A1-c	Report semestrale di esecuzione	2	2
A1-g	Indagine su strumenti e iniziative	1	0
	Totale	17	16
A2-a	Database immagini	1	1
A2-b	Acquisto di un set di Immagini da banche dati: 50 immagini	0,25	0,75
A2-c	Realizzazione di un set di Immagini originali: 50 immagini	0,25	0
A2-d	Servizi fotografici per campagne	1	0
A2-e	Infografiche statiche	2	1
A2-f	Card social	4	3
A2-g	Banner per campagne	On going	On going
A2-h	Inserzioni per campagne	On going	On going
A2-i	Manuale di immagine coordinata	1	1
	Totale	9,5	6,75
A3-a	Video e prodotti multimediali	3	1
A3-b	Video interviste	10	16
A3-c	Video spot	1	1
	Totale	14	18
A4-a	Gestione tecnica e redazionale contenuti web e social	2	2
A4-b	Azione di sviluppo sito web	2	1
A4-d	Manutenzione, hosting, housing, rinnovo servizi	On going	On going
A4-e	SEO	1	1
	Totale	5	4
A5	Campagna istituzionale 1	1	0
A5	Campagna istituzionale 2 (lancio newsletter)	1	1
A5	Campagna eventi	1	1
	Totale	3	2
A6-a1	Incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale in presenza	3	2
A6-b1	CdS in presenza	1	1
A6-c1	Workshop in presenza	3	1
	Totale	7	4
A7-a	Roll up	2	2
A7-b	Pannellature	2	2
	Totale	4	4

Tabella 10 - Confronto tra output pianificati (PDA 2022) e realizzati nel 2022

Tutte le attività non realizzate nel 2022 sono state spostate nel 2023. In particolare, si segnalano le seguenti:

- A1 g - Indagine su strumenti e iniziative: l'indagine è stata spostata al 2023, perché è stato ritenuto più efficace collegarla con la realizzazione della prima campagna istituzionale prevista in partenza a febbraio 2023;
- A2 c - Realizzazione di un set di immagini originali (n. 200): a seguito di opportune valutazioni si è ritenuto di non esaurire la quantità prevista dall'output A2 b - Acquisto di un set di immagini da banche dati (n.200 immagini), (secondo la proposta migliorativa che prevede anche per questo output la realizzazione di n. 200 scatti originali in luogo dell'acquisto da banche dati) in modo da individuare temi e soggetti ed organizzare nuove uscite;
- A2 d - Servizi fotografici per campagne: come precisato nelle premesse, a seguito dello spostamento della campagna di comunicazione istituzionale al 2023, il servizio fotografico, connesso con la campagna, è iniziato al termine del 2022 ed è stato finalizzato nelle prime settimane del 2023;
- A3 a – Video e prodotti multimediali: nel corso del 2022 si è concordato di concentrarsi sulla realizzazione delle videointerviste ai beneficiari del PSR 2014-2020 per procedere in maniera più organica con la campagna istituzionale prevista nel 2023; di conseguenza è stato realizzato un solo video in motion graphic dei 3 previsti. La campagna dedicata alle video interviste è infatti cominciata nel mese di gennaio 2023 e prevede una coda di richiamo a fine 2023;
- A4 b – Azione di sviluppo sito web: la seconda azione di sviluppo del sito web, pur se progettata nel 2022, ha visto il go live a gennaio 2023, perché collegata alla campagna istituzionale 2023;
- A5 – La campagna istituzionale è stata spostata in partenza nel mese di febbraio 2023, pur essendo stata progettata nel 2022. La motivazione di tale sposta-

mento è stata di mera opportunità comunicazionale ovvero per dare maggiore valore e respiro ai nuovi messaggi da veicolare, a cavallo tra la programmazione 14-20 e 23-27, ed era quindi necessario elaborare, in primis, una nuova strategia per rispondere alle necessità comunicative connesse con l'avanzamento procedurale della nuova programmazione, e, in secondo luogo, progettare una campagna che fosse in grado di valorizzare il cambiamento in atto.

Per verificare l'andamento delle attività durante l'anno è possibile consultare il gantt 2022, disponibile presso gli archivi condivisi tra AdG e RTI.

2.4. Criticità riscontrate e soluzioni adottate

Nel corso dell'annualità non si sono riscontrate particolari criticità nell'attuazione delle attività pianificate, in special modo nel primo semestre dell'anno, dove sono state portate a termine tutte le attività previste e si è data una significativa accelerazione anche in ordine alla progettazione e realizzazione di alcuni strumenti connessi alla nuova programmazione 2023-2027 (es. immagine coordinata).

Nel corso del secondo semestre, invece, sono emerse alcune lievi criticità determinate da una significativa accelerazione nel processo di approvazione del Piano Strategico Nazionale (PSN) per la PAC 2023-2027 che ha comportato un accavallamento delle azioni, delle attività e della progettazione di messaggi connessi ai due diversi e sovrapposti periodi programmatori. In questo senso il RTI, in coordinamento costante con l'AdG, è riuscito a definire un quadro metodologico di raccordo continuo, operato mediante riunioni e staff meeting ad hoc, oltre che mediante il miglioramento dell'approccio esecutivo degli incontri di coordinamento mensili, che hanno consentito di superare le criticità e mettere a sistema le opportunità di comunicazione e di messaggi da veicolare anche in previsione dell'annualità successiva.



3. Stato di avanzamento esecutivo del Piano pluriennale

In questo capitolo viene presentata l'analisi dell'avanzamento dell'esecuzione, effettuata basandosi sul confronto

con la pianificazione pluriennale del Piano di Comunicazione 2022-2025 del PSR Veneto 2014-2020 (PdC).

Area di attività	Output realizzati 2022	Output totali 2022-2025	% su totale
1 - Pianificazione, coordinamento e monitoraggio	16	70	22,8%
2 - Materiale grafico e iconografico	6,75	34	19,8%
3 - Video e prodotti multimediali	18	41	43,9%
Area 4 - Comunicazione web e social (primo semestre)	4	17	23,5%
Area 5 - Campagne pubblicitarie	9.185,00 €	409.836,00 €	2,2%
Area 6 - Eventi e incontri	4	24	16,6%
Area 7 - Pubblicazioni informative e materiali promozionali	4	18	22,2%
TOTALE	52,75	204	25,8%

L'esecuzione del Piano ha fatto registrare un avanzamento pari al 25% degli output previsti complessivamente per i primi quattro anni. Il ritmo di realizzazione delle attività è quindi perfettamente in linea con quanto programmato e anzi si tratta di un risultato particolarmente rilevante in quanto si è trattato del primo anno di servizio, che quindi non ha risentito della necessaria fase di adattamento e conoscenza reciproca che caratterizza ogni la fase iniziale di ogni progetto.

L'Area 4 - Video e multimedia ha registrato una notevole quantità di attività realizzate, dovute in particolar modo alla realizzazione delle videointerviste sui casi del periodo 2014-2022.

L'Area 5 - Campagna pubblicitarie (qui indicata in termini di investimento pubblicitario) ha invece fatto registrare una percentuale minore di avanzamento, a seguito delle decisioni di natura strategica prese a metà anno, che hanno rimandato al 2023 una quota rilevante di investimenti pubblicitari.



4. Monitoraggio degli indicatori di risultato e Strategia

4.1 Principali indicatori di risultato per area di attività

I principali indicatori di risultato relativi alle singole aree di attività mostrano come per l'annualità 2022 non sono state registrate particolari criticità, pur tuttavia evidenziando che, trattandosi della prima annualità di lavoro, è stato possibile popolare con un certo grado di significatività e rappresentatività solo alcuni degli indicatori previsti. Nello specifico, per l'**area A1** (Pianificazione, coordinamento e monitoraggio) la diffusione della pianificazione delle attività di comunicazione ha impattato soprattutto in occasione delle riunioni tecniche del Comitato di Sorveglianza. In quest'occasione, in particolare, il piano delle attività 2022 è stato presentato sia in merito alla definizione dell'approccio strategico che di pianificazione esecutiva. Nel corso del Comitato è stato di fatti riportato non solo l'avanzamento delle attività di informazione e comunicazione realizzate, ma è stato tracciato anche il percorso delle attività pianificate durante l'anno, particolarmente significative per l'intensità delle azioni previste e per l'approssimarsi del nuovo percorso di programmazione 2023-2027.

Per l'**area A2** (Materiale Grafico e Iconografico), invece, ha assunto un impatto particolarmente significativo la disponibilità immediata del repository fotografico con un suo significativo popolamento di scatti fotografici ad hoc. Tale attività, realizzata tempestivamente, ha impattato positivamente sulla disponibilità di immagini del territorio utilizzabili fin da subito per i diversi strumenti e messaggi, caratterizzando le attività di comunicazione con elementi di prossimità, riconoscibilità e veridicità del territorio.

Dal punto di vista degli indicatori connessi alle attività social, invece, rispetto all'impatto appare piuttosto significativa la copertura sui diversi canali ottenuta sia grazie al supporto delle card social elaborate in occasione dell'evento sul biologico e del lancio di alcuni bandi del PSR, sia grazie alla realizzazione di banner/native per la campagna evento biologico su Mattino di Padova e la Nuova Venezia, con oltre 4.200 visualizzazioni. A supporto di tale lettura è possibile prendere come riferimento anche gli indicatori di risultato relativi alla campagna pubblicitaria (area A5) realizzata a sostegno dell'evento sul biologico del 7 aprile 2022. La campagna ha ottenuto buoni risultati sia dal punto di vista delle visualizzazioni sulla stampa digitale (4.236), sia a livello di copertura digital (171.519 su IG e FB) e un Click rate del 1,06%.

In riferimento all'**area A3** (video e prodotti multimedia) non è ancora possibile restituire particolari risultati in termini di impatto perché il periodo di tempo intercorso durante l'annualità è stato utilizzato principalmente per la fase di plot e produzione delle videointerviste e del primo video-spot, in onda dal mese di febbraio 2023. Pertanto l'impatto non è ancora puntualmente misurabile se non per effetto della diffusione ai partecipanti agli eventi della prima video-infografica (biologico). Sebbene i numeri di tale attività siano ancora poco significativi, è comunque possibile sottolineare come l'efficacia comunicativa del prodotto abbia ottenuto buoni riscontri anche fra gli addetti ai lavori, oltre che all'interno della struttura regionale.

In riferimento agli eventi e agli incontri (**area A6**), oltre al numero dei partecipanti effettivi coinvolti (oltre 200), appare particolarmente rilevante il buon indice di gradimento sia per l'evento sul biologico del 7 aprile (con una media del 4,09 su 5), sia per l'evento di partenariato del 1 luglio 2022 (con una media di 4,5 su 5). Tali numeri sono in parte l'esito anche della condivisione di materiali informativi realizzati nell'ambito dell'**area A7**. Tale risultato è tanto più importante quando viene messo in relazione all'annualità di realizzazione degli eventi: è stato il primo anno, dopo le restrizioni dovute al Covid 19, nel quale si è ripreso a organizzare eventi in presenza e se da una parte è stato possibile verificare la volontà delle persone di essere presenti in queste occasioni, dall'altra, è necessario notare anche che la "soglia dell'attenzione" e la soglia di "sopportazione" delle persone si è abbassata notevolmente. L'indice di gradimento è stato comunque alto, ma sicuramente sarà necessario per il futuro porre maggiore attenzione ai tempi e alle modalità: tempistica degli interventi, layout e contenuti delle slide, modalità di orazione sono tutti elementi che possono fare la differenza nel gradimento degli spettatori.

Un ultimo fattore di particolare attenzione è connesso agli indicatori relativi alle media relation. Nonostante le scelte strategiche dell'annualità si siano volutamente orientate su un utilizzo moderato delle attività di ufficio stampa, nel corso dell'anno sono state comunque monitorate 72 uscite a seguito della pubblicazione di 4 comunicati stampa, con un tasso di conversione dell'efficacia di copertura piuttosto elevato.

4.2 Valutazione dello stato di perseguimento degli obiettivi (PdC e Strategia)

Di seguito sono riportati gli obiettivi della Strategia di comunicazione regionale, messi in relazione ai target alle principali attività realizzate nel corso del 2022. Dalla visione complessiva del quadro, si può affermare che tutti gli obiettivi sono stati perseguiti secondo quelle che erano le linee tracciate dal Piano annuale.

Nella Tabella 11 si riportano, per facilitare la comprensione, i tre obiettivi specifici dell'anno 2022 così come definiti nel piano pluriennale 2022-2025 con la specifica degli output realizzati per ogni singolo obiettivo.

L'analisi relativa all'avanzamento dell'esecuzione in rapporto a quanto definito nel piano pluriennale è stata condotta attraverso la verifica delle attività svolte per ogni Obiettivo specifico e il risultato è evidenziato nella Tabella 2.

Anno	Obiettivo specifico	Target	Periodo di programmazione	Output
2022	OS 4 Aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui risultati e sui vantaggi generati dal PSR	Cittadinanza	PSR Veneto 2014-2020	<ul style="list-style-type: none"> 1 campagna relativa all'evento "Veneto Biologico" 1 campagna relativa all'iscrizione alla newsletter 1 evento "Evento Biologico" gestione continuativa dei diversi social network 16 video interviste ai beneficiari 1 video motion graphic per l'evento sul biologico 1 video spot (per la campagna che sarà effettuata nel 2023) attività di ufficio stampa in occasione dell'evento
	OS 5 Rafforzare la collaborazione e il coinvolgimento con il Partenariato.	Portatori di interesse	PSR Veneto 2014-2020 Programmazione 2023-2027	<ul style="list-style-type: none"> 1 evento di aggiornamento sullo stato dell'approvazione del PSN PAC 2023-2027 e del Complemento Regionale. 1 workshop dedicato alla comunicazione, in particolare allo storytelling (n.1 di 3 tra il 2022 e il 2023) 1 campagna newsletter 1 infografica dedicata al percorso regionale intrapreso verso la programmazione 2023-2027 1 Comitato di Sorveglianza attività di ufficio stampa in occasione degli eventi
	OS 3 Consolidare e migliorare la comunicazione di supporto tecnico e di assistenza ai beneficiari e potenziali beneficiari	Beneficiari attuali e potenziali	PSR Veneto 2014-2020	<ul style="list-style-type: none"> 1 evento "Veneto Biologico" 1 serie di social card dedicata ai bandi in essere 1 serie di social card dedicata alla programmazione 2023-2027 1 campagna newsletter

Tabella 11 – Output realizzati nel 2022 per ogni obiettivo specifico

Dalle evidenze presenti è possibile evidenziare delle considerazioni più specifiche:

1. i tre obiettivi specifici declinati per l'anno 2022 sono stati realizzati tutti in relazione alle diverse priorità definite;
2. **l'OS4** "Aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui risultati e sui vantaggi generati dal PSR" rivolto al target della cittadinanza, era considerato a Priorità alta e gli output realizzati sono stati **n. 7**. L'obiettivo troverà risposta soprattutto nelle attività 2023, a seguito delle decisioni prese sulla strategia operativa che ha previsto un impatto rilevante nel secondo anno di esecuzione del servizio;
3. **l'OS5** "Rafforzare la collaborazione e il coinvolgimento con il Partenariato" aveva nel piano pluriennale una priorità alta. Nel 2022 il rapporto con il partenariato è stato potenziato con la realizzazione di **n. 6 output** dedicati, alcuni dei quali particolarmente innovativi,

sia nel merito (workshop sulla comunicazione collaborativa) che nel metodo (un diverso approccio nelle relazioni sui social con i partner). I ritorni ricevuti nelle valutazioni sono state estremamente positivi, come si evince dai questionari di gradimento e dalla reciproca attenzione sui rispettivi social network;

4. **l'OS3** "Consolidare e migliorare la comunicazione di supporto tecnico e di assistenza ai beneficiari e potenziali beneficiari" era l'obiettivo con priorità media. A cavallo tra due programmazioni, la volontà era mantenere la relazione con i beneficiari e iniziare una relazione con i potenziali beneficiari sia dell'ultima pezzo della programmazione 2014-20 sia dei primi bandi 2023-2027. Anche in questo caso i **n. 4 output** realizzati hanno raggiunto il target con ottimi risultati, evidenziati dal questionario di gradimento dell'evento e dalle nuove iscrizioni alla newsletter generate dalla specifica campagna pubblicitaria (471 nuovi iscritti nel periodo 7 novembre-31 dicembre 2022).



CREDITS

Hanno partecipato alla redazione del presente documento:

Alice Campagnaro, PR Consulting Srl
Claudia Fedele, FGB Srl
Mariapaola La Caria, PR Consulting Srl
Raffaele Paciello, FGB Srl

Con il supporto di:

REGIONE DEL VENETO
Direzione AdG Feasr Bonifica e Irrigazione

Gionata Asti, Unità Organizzativa Programmazione e sviluppo rurale
(Direttore di esecuzione del contratto)

Cristina Pagotto, PO - Comunicazione per lo sviluppo rurale
(Coordinamento ed esecuzione del Piano)

Alessandro Tomasutti, PO - Comunicazione per lo sviluppo rurale
(Coordinamento ed esecuzione del Piano)

Raffaele Bellio, PO - Coordinamento e gestione interventi Feasr
(Gestione amministrativa e finanziaria)

Silvia De Piccoli, PO - Coordinamento e gestione interventi Feasr
(Gestione amministrativa e finanziaria)

AVVERTENZA

"Il presente documento ha natura prevalentemente divulgativa e presenta il quadro delle attività realizzate nel corso del 2022 all'interno del Piano di comunicazione a supporto del PSR Veneto 2014-2022 e della politica di sviluppo rurale 2023-2027"

Iniziativa finanziata dal Programma di sviluppo rurale per il Veneto 2014-2020
Autorità di gestione e organismo responsabile dell'informazione: Regione del Veneto - Direzione AdG FEASR Bonifica e Irrigazione

