



PIANO ANNUALE DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE **2026**

Servizio di esecuzione e gestione del Piano di Comunicazione a sostegno del CSR Veneto 2023-2027 e della politica di sviluppo rurale post 2027





PIANO ANNUALE DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE 2026

Servizio di esecuzione e gestione del Piano di Comunicazione a sostegno del CSR Veneto 2023-2027 e della politica di sviluppo rurale post 2027

Febbraio 2026

Indice

1.	Introduzione	1
	1.1. Il Piano strategico della comunicazione: finalità e aggiornamento 2025	1
	1.2. Contesto: il ruolo “continuativo” del Piano strategico	1
	1.3.. La struttura del Piano strategico	2
2.	Quadro di attuazione per il periodo 2026-2029	3
	2.1. Obiettivi prioritari, target e programmazioni	3
	2.2 Priorità comunicative per il periodo 2026-2029	5
3.	Modalità organizzative e Gruppo di lavoro	7
4.	Piano annuale delle attività di comunicazione 2026: priorità operative	10
	4.1. Obiettivi, target. output/attività	11
5.	Piano annuale delle attività di comunicazione 2026: output per area e quadro finanziario	12
6.	Budget totale del Piano di comunicazione 2026	19
7.	Cronoprogramma degli output	21



1. Introduzione

1.1. Il Piano strategico della comunicazione: finalità e aggiornamento 2025

Nel 2025 la Regione del Veneto ha adottato una nuova strategia di comunicazione per lo Sviluppo rurale in considerazione di uno scenario profondamente mutato rispetto alla programmazione 2014–2022, sia dal punto di vista normativo sia sotto il profilo sociale, culturale e comunicativo. Il Piano strategico della comunicazione per lo sviluppo rurale (DGR n.99 del 4 febbraio 2025) ha preso atto di un contesto caratterizzato da una crescente complessità intorno alle politiche europee, da una incertezza nella fiducia nei confronti delle istituzioni e da un generale affaticamento informativo dei cittadini, che rende sempre meno efficaci approcci comunicativi di tipo puramente informativo o burocratico.

Il Piano strategico della comunicazione tiene conto delle evidenze delle principali ricerche in materia di conoscenza della PAC e delle risultanze delle indagini condotte nel periodo 2022-2024 dall’Autorità di gestione dello Sviluppo rurale Veneto. Il documento delinea il quadro strategico per le attività di comunicazione a sostegno della politica di sviluppo rurale della Regione del Veneto, incaricata di perseguire gli obblighi di informazione e pubblicità nel quadro della Politica agricola comune e del Piano strategico nazionale per la PAC 2023-2027. Il Piano strategico, in continuità con il passato, ha adattato e aggiornato l’impianto strategico della precedente Strategia e del precedente Piano di comunicazione pluriennale, accorpandoli in un unico strumento e delineando gli ambiti di attività per portare a termine la programmazione 23-27 e accompagnare l’avvio del successivo periodo a partire dal 2028.

1.2. Contesto: il ruolo “continuativo” del Piano strategico

In questo quadro emerge con evidenza che la comunicazione non può essere concepita come un’attività di supporto accessoria, ma come una leva strategica essenziale per l’efficacia delle politiche pubbliche, in grado di incidere sulla comprensione delle opportunità offerte, sulla partecipazione ai programmi e sulla percezione complessiva del valore dell’intervento pubblico. Il Piano strategico assume quindi una funzione strutturale: accompagnare l’attuazione della politica di sviluppo rurale lungo tutto l’arco della programmazione e oltre, rafforzandone legittimità, trasparenza e riconoscibilità.

Il Piano strategico inoltre mette a sistema il passaggio da una comunicazione centrata sul singolo programma a una comunicazione che costruisce e consolida nel tempo un sistema identitario unitario, riconoscibile e durevole. Il riferimento allo “Sviluppo rurale” come brand istituzionale, già applicato a partire dal 2023, consente di superare la frammentazione legata alle singole misure o alle diverse fasi di programmazione, offrendo ai cittadini e ai beneficiari una narrazione coerente e continuativa delle politiche regionali e della loro evoluzione.



1.3. La struttura del Piano strategico

All'interno di questo scenario, gli **obiettivi specifici** della strategia di comunicazione vengono riformulati e rafforzati, mantenendo una chiara continuità con il passato, ma adattandosi alle nuove esigenze emerse, da una parte, e facendo tesoro delle lezioni apprese nel periodo 2022-2025. L'**obiettivo generale** della strategia è quello di aumentare la conoscenza e il coinvolgimento dei target di riferimento rispetto alla politica di sviluppo rurale, rendendone visibili i benefici concreti per i territori, le comunità e l'intera cittadinanza. La comunicazione è chiamata a rendere accessibile un sistema complesso, traducendo norme, dati e strumenti tecnici in contenuti comprensibili, rilevanti e utili.

In particolare, per realizzare l'obiettivo generale, il Piano individua sei **obiettivi specifici**, elencati e descritti nel capitolo successivo, che qualificano l'azione comunicativa in modo più mirato.

- **Obiettivo Specifico 1** - Incrementare la conoscenza della politica di sviluppo rurale in Veneto e la comprensione dei suoi temi
- **Obiettivo Specifico 2** - Aumentare l'interesse e la mobilitazione nei confronti della politica di sviluppo rurale in Veneto e delle sue opportunità
- **Obiettivo Specifico 3** - Consolidare e migliorare la comunicazione tecnica sull'accesso alle opportunità e sulla gestione delle operazioni verso i beneficiari e potenziali beneficiari
- **Obiettivo Specifico 4** - Aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui risultati e sui vantaggi generati dalla politica di sviluppo rurale in Veneto
- **Obiettivo Specifico 5** - Rafforzare la collaborazione e il coinvolgimento con il Partenariato
- **Obiettivo Specifico 6** - Contribuire alla trasparenza del sostegno europeo e della gestione della politica di sviluppo rurale.

Tutti gli obiettivi sono associati a loro volta ad uno o più **pubblici di riferimento**, che, come per la precedente strategia, sono composti da:

- Cittadinanza
- Beneficiari e potenziali beneficiari
- Portatori di interesse (Partenariato regionale)

Per quanto riguarda le modalità operative del Piano 2026–2029, viene confermato un modello di attuazione che valorizza la continuità, la specializzazione e la misurabilità. La suddivisione in aree di attività omogenee consente di organizzare il lavoro in modo chiaro e trasparente, facilitando il coordinamento tra i diversi strumenti e il monitoraggio dei risultati. L'impostazione operativa è pensata per garantire una presenza comunicativa costante e riconoscibile, evitando interventi episodici e frammentati.

Il Piano 2026–2029 è articolato in sette Aree di attività (pianificazione, grafica, video, web e social, campagne, eventi, materiali), per un totale di 34 tipologie di output, che possono essere rimodulate nel tempo in funzione delle esigenze emergenti.

- 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

Il Piano prevede un'attuazione:

- continuativa e coordinata, sotto la supervisione dell'Autorità di Gestione regionale;
- supportata da figure professionali specializzate per ciascuna Area;
- accompagnata da strumenti strutturati di monitoraggio, reportistica e valutazione (relazioni semestrali, report annuali, indagini).

In questo modo, come già detto, il Piano non è concepito come un semplice elenco di attività, ma come un dispositivo dinamico di accompagnamento alla politica di sviluppo rurale, capace di sostenere sia la programmazione in corso sia la transizione verso il periodo post-2027.



2. Quadro di attuazione per il periodo 2026-2029

Nel 2026 la comunicazione dello Sviluppo rurale Veneto è chiamata a consolidare la nuova identità comunicativa, coerente con il quadro PAC 2023–2027 e proiettata verso la futura programmazione che prenderà il via nel 2028. L’attuazione del Piano strategico per il 2026 avrà una duplice funzione: da una parte dare continuità agli strumenti e alle attività avviati negli ultimi anni, dall’altra gettare le basi per nuovi approcci e format narrativi, anche in vista degli scenari post 2027.

Dal 2027 in poi, il Piano dovrà contemporaneamente mettere a terra il lavoro di elaborazione a livello di messaggi e linguaggi fatto nel 2026, accompagnare la chiusura della programmazione del CSR 2023-2027 e accompagnare le fasi propedeutiche all’avvio della nuova PAC 2028-2034.

Il quadro di attuazione descritto in questo capitolo è oggetto di verifica ed eventuale revisione in occasione dei successivi piani annuali delle attività di comunicazione.

2.1. Obiettivi prioritari, target e programmazioni

Nella tabella seguente sono definiti per ogni annualità (2026-2029), gli obiettivi specifici (OS) da raggiungere prioritariamente nell’annualità, i target a cui si rivolgono e il riferimento alla specifica programmazione europea.



Tabella 1 – Obiettivi prioritari dei Piani annuali 2026-2029

Anno	Obiettivo specifico	Target	Periodo di programmazione
2026	OS3 – Consolidare e migliorare la comunicazione tecnica sull’accesso alle opportunità e sulla gestione delle operazioni verso beneficiari e potenziali beneficiari	Beneficiari attuali e potenziali	Programmazione 2023-2027 (PAC 23-27 – CSR Veneto 23-27)
	OS4 - Aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui risultati e sui vantaggi generati dalla politica di sviluppo rurale in Veneto	Cittadinanza Beneficiari e potenziali beneficiari	Programmazione 2014-2022 (PSR Veneto) Programmazione 2023-2027 (PAC – CSR Veneto)
	OS 5 - Rafforzare la collaborazione e il coinvolgimento con il Partenariato	Portatori d’interesse	Programmazione 2023-2027 (PAC – CSR Veneto) Programmazione 2028-2034
Anno	Obiettivo specifico	Target	Riferimento programmazione
2027	OS1 – Incrementare la conoscenza della politica di sviluppo rurale in Veneto e la comprensione dei suoi temi	Cittadinanza; beneficiari e potenziali beneficiari	Programmazione 2023-2027 (PAC– CSR Veneto)
	OS4 - Aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui risultati e sui vantaggi generati dalla politica di sviluppo rurale in Veneto	Cittadinanza Beneficiari e potenziali beneficiari	Programmazione 2023-2027 (PAC– CSR Veneto)
Anno	Obiettivo specifico	Target	Riferimento programmazione
2028	OS1 – Incrementare la conoscenza della politica di sviluppo rurale in Veneto e la comprensione dei suoi temi	Cittadinanza; beneficiari e potenziali beneficiari	Programmazione 2028-2034
	OS2 – Aumentare l’interesse e la mobilitazione nei confronti della politica di sviluppo rurale e delle sue opportunità	Cittadinanza; Beneficiari e potenziali beneficiari	Programmazione 2028-2034
	OS3 – Consolidare e migliorare la comunicazione tecnica sull’accesso alle opportunità e sulla gestione delle operazioni verso beneficiari e potenziali beneficiari	Beneficiari attuali e potenziali	Programmazione 2028-2034
	OS4 – Aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui risultati e sui vantaggi generati dalla politica di sviluppo rurale	Cittadinanza; beneficiari e potenziali beneficiari	Programmazione 2023-2027 (PAC– CSR Veneto)
Anno	Obiettivo specifico	Target	Riferimento programmazione
2029	OS1 – Incrementare la conoscenza della politica di sviluppo rurale in Veneto e la comprensione dei suoi temi	Cittadinanza; beneficiari e potenziali beneficiari	Programmazione 2028-2034
	OS2 – Aumentare l’interesse e la mobilitazione nei confronti della politica di sviluppo rurale e delle sue opportunità	Cittadinanza; Beneficiari e potenziali beneficiari	Programmazione 2028-2034
	OS3 – Consolidare e migliorare la comunicazione tecnica sull’accesso alle opportunità e sulla gestione delle operazioni verso beneficiari e potenziali beneficiari	Beneficiari e potenziali beneficiari	Programmazione 2028-2034
	OS5 – Rafforzare la collaborazione e il coinvolgimento con il Partenariato	Portatori di interesse; partenariato	Programmazione 2028-2034
Anno	Obiettivo specifico	Target	Riferimento programmazione
2026-2029	OS6 - Contribuire alla trasparenza del sostegno europeo e della gestione della politica di sviluppo rurale	Cittadinanza; beneficiari e potenziali beneficiari; portatori di interesse; partenariato	Tutte le programmazioni

L'OS6 – Trasparenza del sostegno europeo è da considerarsi trasversale all'intero periodo 2026–2029, mentre gli altri obiettivi vengono modulati nel tempo in funzione della fase di attuazione della programmazione, passando da una prevalenza informativa (2026) a una logica di coinvolgimento, valorizzazione e capitalizzazione (2027–2029).

2.2 Priorità comunicative per il periodo 2026-2029

- **Anno 2026** – Consolidamento, coinvolgimento e mobilitazione. Nel 2026 l'azione comunicativa è orientata principalmente al rafforzamento delle basi solide costruite nell'ultimo quadriennio; la comunicazione continua la sua funzione **esplicativa e orientativa**, finalizzata a rendere chiaro il quadro delle politiche attive, a facilitare l'accesso alle informazioni e a rafforzare la fiducia nella governance del sistema. Il 2026 è l'anno che apre il confronto sul futuro della **programmazione post-2027**, per cui è importante l'obiettivo di favorire una **partecipazione ampia e consapevole**, riattivando il ruolo del partenariato in vista della futura PAC e coinvolgendo a tutti i livelli i portatori di interesse nel percorso sulla "comunicazione per lo sviluppo rurale" iniziato negli anni precedenti (ciclo di workshop);
- **Anno 2027 - Valorizzazione dei risultati**. Nel 2027, una volta consolidate le basi informative, la comunicazione si orienta maggiormente all'attivazione dei target. L'obiettivo è conti-

comunicazione previste per gli anni successivi. Sarà l'anno dei risultati: i risultati del lavoro fatto negli ultimi anni, orientato ad un nuovo **storytelling dei benefici concreti**, alla restituzione pubblica dei risultati e al rafforzamento del senso di appartenenza al sistema dello sviluppo rurale, ma anche il risultato delle consultazioni con il partenariato e dei lavori preparatori al post-2027;

- **Anno 2028 – Capitalizzazione e informazione capillare**. Si tratta di un anno di transizione, nel quale l'attenzione si concentra sulla **capitalizzazione dell'esperienza**, sulla trasparenza complessiva dell'intervento pubblico; l'anno vedrà consolidarsi la costruzione di una nuova narrazione duratura, con particolare attenzione al valore generato dalla politica di sviluppo rurale e ai suoi effetti di lungo periodo; inoltre, inizia l'attuazione della nuova programmazione, conservando il continuum narrativo e al contempo veicolando le nuove priorità e i nuovi strumenti della PAC e dello Sviluppo rurale;
- **Anno 2029 – Coinvolgimento e mobilitazione**. Nel 2029 la comunicazione svolge contemporaneamente una funzione di sintesi, restituzione e consolidamento di lungo periodo e una funzione di spinta alla **partecipazione ampia e consapevole** alla nuova programmazione 2028-2034, stimolando l'interesse verso le nuove opportunità disponibili e rafforzando ulteriormente il ruolo del partenariato come moltiplicatore della comunicazione.



Tabella 2

Timeline Infografica	2026	2027	2028	2029
OS1 – Incrementare la conoscenza della politica di sviluppo rurale in Veneto e la comprensione dei suoi temi	●	■	■	■
OS2 – Aumentare l’interesse e la mobilitazione nei confronti della politica di sviluppo rurale e delle sue opportunità	●	■	■	■
OS3 – Consolidare e migliorare la comunicazione tecnica sull’accesso alle opportunità e sulla gestione delle operazioni verso beneficiari e potenziali beneficiari	■	●	■	■
OS4 – Aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui risultati e sui vantaggi generati dalla politica di sviluppo rurale	■	■	■	■
OS5 – Rafforzare la collaborazione e il coinvolgimento con il Partenariato	■	■	■	●
OS6 – Contribuire alla trasparenza del sostegno europeo e della gestione della politica di sviluppo rurale	■	■	■	■

Legenda

- Priorità bassa
- Priorità Media
- Priorità Alta



3. Modalità organizzative e Gruppo di lavoro

Il modello organizzativo e procedurale vede una puntuale attribuzione di ruoli e responsabilità ai diversi componenti del Gruppo di lavoro, con un elevato livello di coordinamento tra le diverse Unit impegnate nelle attività previste, una forte **governance** e una costante interrelazione. In considerazione della multidisciplinarietà richiesta e dell'articolazione del servizio si prevede una governance fortemente strutturata e dinamica.

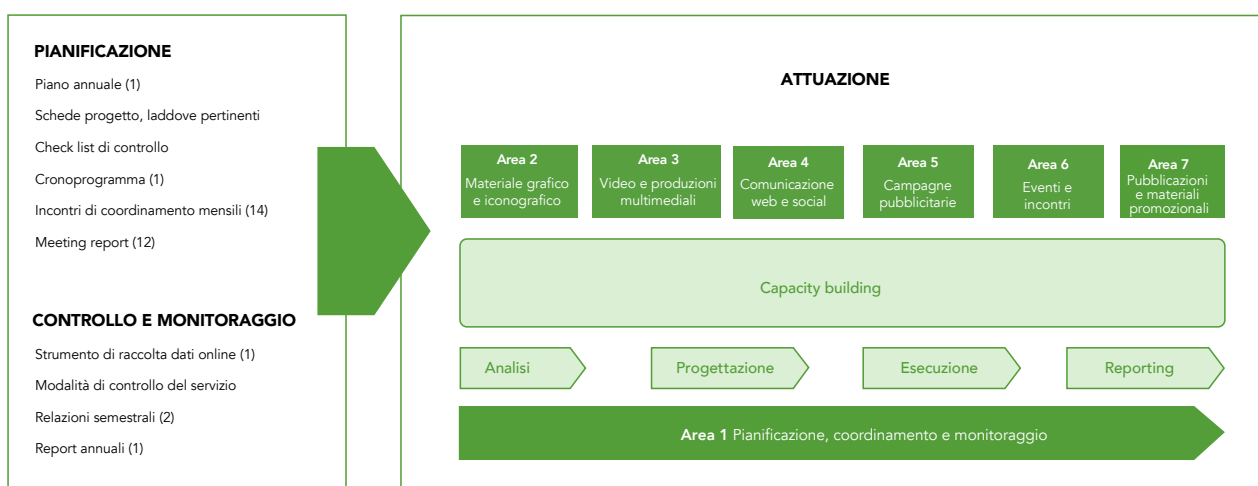
Le parole chiave che guidano il PDA 2026 sono:

- **chiarezza** nella definizione dei risultati e delle azioni da porre in essere per il loro raggiungimento;

- definizione puntuale dei tempi;
- capacità di **adattarsi** alla possibile ridefinizione e rielaborazione degli orientamenti fissati in sede di pianificazione;
- **trasparenza** in ogni fase esecutiva per controllare costantemente lo stato di avanzamento, il raggiungimento dei risultati e l'eventuale discostamento.

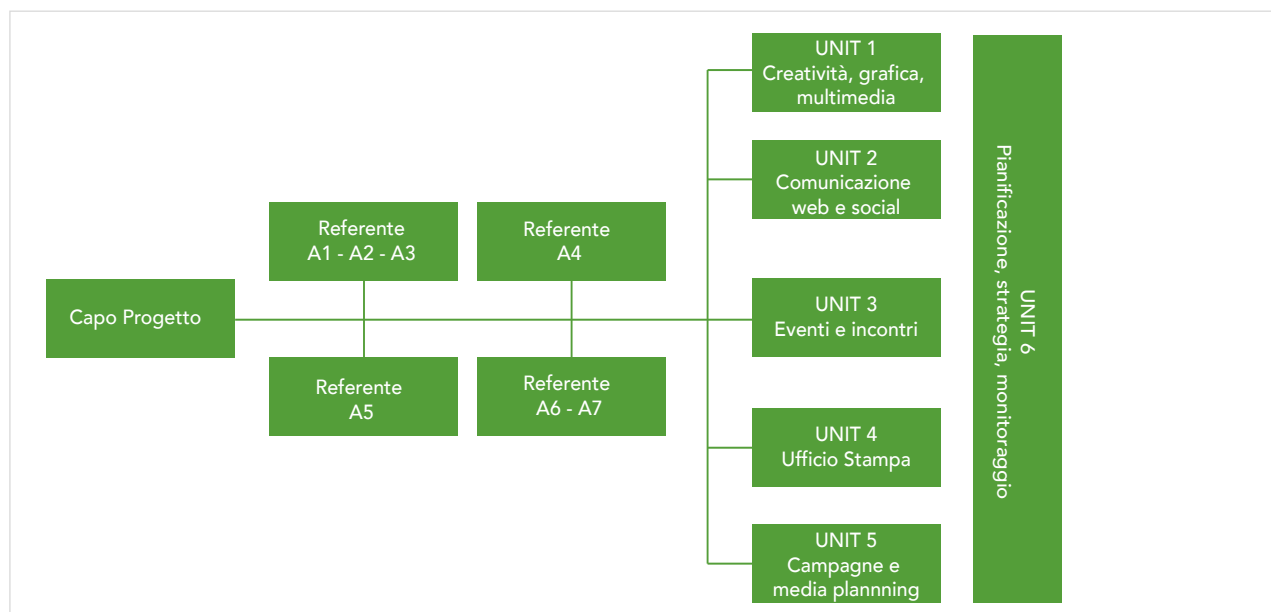
Per tradurre operativamente la metodologia, si veda la figura inserita di seguito (figura 1).

Figura 1



Per quanto concerne il modello organizzativo e di coordinamento attuato, le figure professionali individuate saranno organizzate come illustrato di seguito.

Figura 2



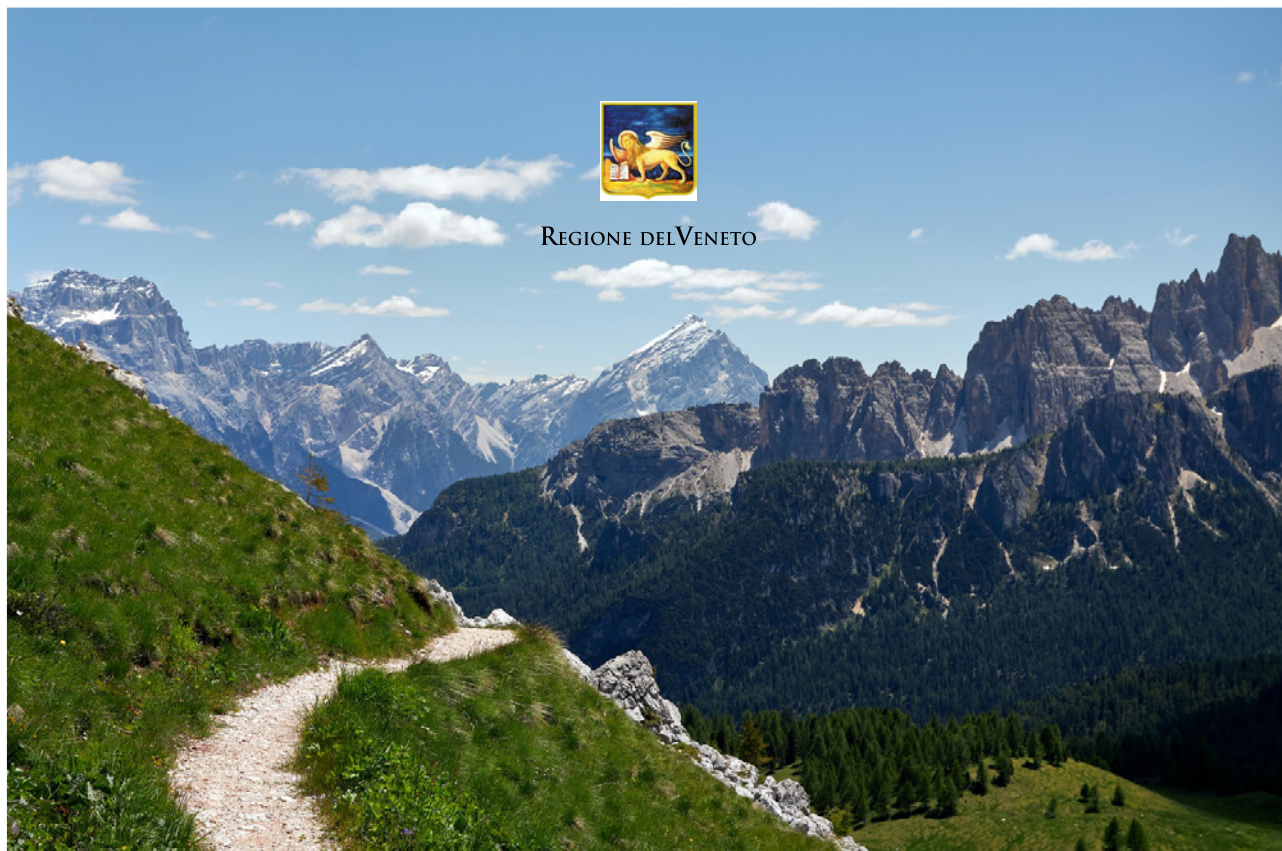
Il Capo progetto, oltre a partecipare a ogni prima riunione di ogni singola fase, ha la funzione di definire, coordinare e controllare la strategia applicata e di garantire il coordinamento del GdL, insieme ai 4 Referenti di Area (Area di attività A1. Pianificazione, coordinamento e monitoraggio).

Il resto del GdL è suddiviso in 6 Unit di cui una, la Unit 6 "Pianificazione, strategia, monitoraggio", trasversale (Area di attività A1. Pianificazione, coordinamento e monitoraggio), assicura l'integrazione di tutte le attività e la loro coerenza rispetto alla strategia definita.

Le Unit sono organizzate come segue:

Unit	Area	Composizione
Unit 1 - Creatività, grafica, multimedia	Area di attività: A2. Materiale grafico e iconografico A3. Video e prodotti multimediali A5. Campagne pubblicitarie A7. Pubblicazioni informative e materiali promozionali	Coordinata dal Direttore Creativo, è composta da 1 Grafico e 1 Sviluppatore video
Unit 2 - Comunicazione web e social	Area di attività: A4. Comunicazione web e social	Coordinata dallo Specialista in comunicazione e composta dal team dedicato alla gestione del sito web, dei social e degli altri prodotti multimediali (1 Web developer e producer, 1 Copywriter e social media manager e n. 1 Digital strategist)
Unit 3 - Eventi e incontri	Area A6. Eventi e incontri	Coordinata dal Referente eventi senior, è composta da una segreteria organizzativa dedicata
Unit 4 - Ufficio stampa	Area A6. Eventi e incontri	Coordinata da un 1 Addetto stampa che dispone di uno staff dedicato
Unit 5 - Campagne e media planning	Area di attività A5. Campagne pubblicitarie	Coordinata dal Referente esperto di campagne e di cui fa parte anche il Digital strategist
Unit 6	Pianificazione, strategia, monitoraggio	Composta dall'Analista esperto reportistica e monitoraggio e da uno staff dedicato

Di seguito, viene indicata la governance del Piano di comunicazione dell’Autorità di gestione del CSR 2023-2027 del Veneto:



Autorità di Gestione regionale
(Direzione ADG FEASR Bonifica e Irrigazione)

UO - Programmazione
Sviluppo rurale

EQ - Comunicazione per lo sviluppo rurale
(Coordinamento ed esecuzione del Piano)

EQ - Coordinamento e gestione interventi FEASR
(Gestione amministrativa e finanziaria del Piano)

4. Piano annuale delle attività di comunicazione 2026: priorità operative

Il 2026 rappresenta un anno chiave per la comunicazione sullo sviluppo rurale, in quanto si colloca immediatamente dopo la conclusione della programmazione 2014–2022, all'interno di una fase ormai pienamente operativa della PAC 2023–2027 e allo stesso tempo interessata dalle attività preparatorie all'avvio della programmazione 2028–2034. In questo contesto, l'azione comunicativa non è chiamata a gestire una transizione tra cicli programmatori, ma a consolidare una nuova fase di stabilità, chiarezza e riconoscibilità, ponendo basi solide per l'evoluzione del Piano negli anni successivi.

Nel 2026 la comunicazione assume quindi una funzione prevalentemente esplicativa, orientativa e strutturante. La scelta è di attivare integralmente tutti gli output "ordinari" del Piano, senza introdurre elementi di discontinuità o sperimentazioni non ancora mature, privilegiando invece la continuità operativa, la qualità dei contenuti e la solidità metodologica.

La **pianificazione**, il **coordinamento** e il **monitoraggio** garantiranno gli incontri di coordinamento, la produzione delle relazioni semestrali e del report annuale e l'attivazione del servizio di rassegna stampa che rispondono all'esigenza di governare in modo ordinato e trasparente la comunicazione, assicurando all'Autorità di Gestione un controllo costante sull'andamento delle attività. La scelta di non prevedere indagini nel 2026 è coerente con questa impostazione: il primo anno è dedicato alla messa a regime del sistema e alla costruzione di una base informativa e narrativa condivisa, su cui innestare successivamente analisi valutative più strutturate.

Anche sul piano dei **materiali grafici e iconografici**, il 2026 è concepito come un anno di rafforzamento degli asset visivi. La produzione ordinaria di infografiche, card social e immagini, insieme

alla prima tranche di scatti originali, risponde alla necessità di disporre di un patrimonio iconografico coerente, aggiornato e riutilizzabile. Questa scelta è funzionale a una comunicazione più chiara e immediata, capace di tradurre contenuti complessi in forme visive comprensibili e riconoscibili, rafforzando progressivamente l'identità dello sviluppo rurale come "brand" istituzionale.

Sul versante dei **contenuti audiovisivi**, il 2026 svolge una funzione di raccordo narrativo. La realizzazione di due video principali e l'avvio della produzione dei video dedicati ai beneficiari del CSR 2023–2027 consentono di rafforzare quanto iniziato con il racconto della programmazione 2014–2022, andando anche qui in continuità e favorendo il rafforzamento delle attività di storytelling e al contempo iniziare a costruire una nuova narrazione dei primi esiti della programmazione 2023–2027. In questo senso, i video non sono concepiti come strumenti promozionali isolati, ma come elementi di un racconto istituzionale ordinato, orientato alla comprensione e alla trasparenza.

La **comunicazione web e social** nel 2026 è caratterizzata da una forte continuità gestionale, accompagnata da azioni di sviluppo mirate. La gestione tecnica e redazionale, la cui struttura organizzativa è stata rafforzata dal Piano strategico, garantisce la costante disponibilità di informazioni aggiornate, mentre gli interventi di sviluppo sul sito venetorurale.it – inclusa l'eventuale nuova sezione dedicata alla PAC post-2027 – rispondono all'esigenza di rendere il sito sempre più un punto di riferimento stabile e autorevole. Il consolidamento del database online delle immagini rappresenta un investimento strutturale che rafforza l'autonomia e la sostenibilità del sistema di comunicazione nel medio-lungo periodo.

Le **campagne pubblicitarie** previste per il 2026 sono pienamente coerenti con l'obiettivo di chiarezza e consolidamento e transizione. La campagna "Remontage" svolge una funzione di sintesi e di chiusura narrativa della programmazione 2014–2022, mentre allo stesso tempo introduce in modo graduale i primi risultati della nuova programmazione. Analogamente, la campagna dedicata ai risultati del Piano di comunicazione 2022–2025 contribuisce a rafforzare la trasparenza e la rendicontazione pubblica, mostrando in modo chiaro l'efficacia delle azioni intraprese e rafforzando la fiducia nel sistema complessivo.

Anche la pianificazione degli **eventi** riflette pienamente l'impostazione del 2026 come anno di consolidamento. Gli incontri di partenariato sono concepiti come momenti strutturati di confronto e ascolto, finalizzati a condividere analisi, fabbisogni e orientamenti in vista della programmazione post-2027. In questo modo, la comunicazione non si limita a informare, ma sostiene attivamente i processi di partecipazione e di costruzione condivisa delle politiche future. L'eventuale seminario o we-

binar sulla comunicazione, previsto entro il primo semestre, rafforza ulteriormente questa logica, valorizzando metodi, risultati e approcci adottati nel quadriennio precedente.

Infine, la scelta di non attivare inizialmente l'area delle **pubblicazioni** e dei **materiali promozionali** è coerente con una strategia che nel 2026 privilegia la razionalizzazione degli strumenti e l'uso mirato delle risorse, rimandando lo sviluppo di nuovi prodotti editoriali alle fasi successive della programmazione, quando il quadro strategico e narrativo sarà pienamente consolidato.

4.1. Obiettivi, target, output/attività

La tabella seguente mette in relazione gli obiettivi specifici dell'anno 2026 con i target di riferimento e con gli output più importanti da realizzare nell'annualità. La tabella fornisce solo elementi generali mentre quelli di dettaglio saranno riportati in modo più specifico nelle Schede Area - output dei paragrafi successivi.

Tabella 3 - Attuazione piano di comunicazione 2026

Obiettivo specifico	Target	Output
OS 1 - Incrementare la conoscenza della politica di sviluppo rurale in Veneto e la comprensione dei suoi temi	Cittadinanza Beneficiari potenziali Portatori di interesse	<ul style="list-style-type: none"> Video spot "remontage" tematici (primo semestre); Campagna sui video "remontage" tematici dello sviluppo rurale (primo semestre)
OS 2 - Aumentare l'interesse e la mobilitazione nei confronti della politica di sviluppo rurale in Veneto e delle sue opportunità	Beneficiari potenziali Portatori di interesse Cittadinanza	<ul style="list-style-type: none"> Incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale (secondo semestre) Gestione tecnica e redazionale social e sito web
OS 3 - Consolidare e migliorare la comunicazione tecnica sull'accesso alle opportunità e sulla gestione delle operazioni verso i beneficiari e potenziali beneficiari	Beneficiari attuali e potenziali	<ul style="list-style-type: none"> Gestione tecnica e redazionale social e sito web Social card e infografiche
OS 4 - Aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui risultati e sui vantaggi generati dalla politica di sviluppo rurale in Veneto	Cittadinanza Beneficiari potenziali	<ul style="list-style-type: none"> Social card e infografiche sui risultati del PSR 14-22 e su avanzamento CSR 23-27 Video nuove storie di sviluppo rurale Campagna sui video "remontage" tematici sullo sviluppo rurale (primo semestre) Campagna sui risultati della comunicazione (primo semestre) Gestione tecnica e redazionale social e sito web
OS 5 - Rafforzare la collaborazione e il coinvolgimento con il Partenariato	Portatori d'interesse	<ul style="list-style-type: none"> Workshop dedicato ai risultati della comunicazione dello sviluppo rurale (maggio) Incontri informativi dedicati alla programmazione post 2027 (giugno-novembre)
OS 6 - Contribuire alla trasparenza del sostegno europeo e della gestione della politica di sviluppo rurale	Tutti i target	<ul style="list-style-type: none"> Aggiornamento continuativo del sito web e diffusione sui canali digitale di dati di avanzamento e buone pratiche

5. Piano annuale delle attività di comunicazione 2026: output per area e quadro finanziario

Conformemente alla documentazione di gara e in base a quanto concordato in occasione dell'incontro di coordinamento di avvio del nuovo contratto (13 gennaio 2026) e dell'incontro di pianificazione annuale delle attività di comunicazione 2026 e relativo programma (29 gennaio 2026), le attività previste nella prima annualità sono state suddivise, così come individuate dall'articolo 2.1 e 3.1 del Capitolato, in:

- 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.

La quantificazione prevista per i relativi output è dimensionata in funzione della durata del periodo di esecuzione del presente piano annuale, mentre la cadenza periodica è descritta e dettagliata nel cronoprogramma (vedi paragrafo successivo).

Con l'obiettivo di facilitare la programmazione amministrativa del Piano e la sua gestione finanziaria, in questo capitolo viene presentato anche il quadro finanziario ipotizzato, per ogni singola area.

Il quadro finanziario è costruito sulla base dei parametri economici definiti in sede di gara e disciplinati dal contratto, mantenendo la suddivisione per area di attività e tenendo conto della programmazione operativa esposta nei capitoli precedenti, così come concordata nelle riunioni di coordinamento citate.

La determinazione delle singole cifre è da intendersi come puramente previsionale, dovendo essere formalmente verificata e ricalcolata in sede di rendicontazione semestrale delle attività.

Di conseguenza, il presente capitolo prevede per ogni area:

- dettaglio delle attività previste per il piano di comunicazione 2026;
- quadro finanziario per il 2026.



A1 – Pianificazione, coordinamento e monitoraggio

Sintesi delle attività dell'Area per il 2026

L'area di attività A1 ricomprende tre sotto aree:

- **Pianificazione** ovvero:

Elaborazione del **Piano annuale delle attività di comunicazione** (PDA – A1.a) necessario alla progettazione e alla pianificazione delle attività. Il PDA dettaglia ogni fase di esecuzione del servizio, la distribuzione delle risorse per la realizzazione delle attività e i costi delle attività che si prevedono di attuare. Il **PDA 2026** è costituito dal presente documento ed è stato consegnato il 9 febbraio 2026, come previsto dai documenti di gara, mentre il **PDA 2027** sarà elaborato al termine dell'annualità e sarà consegnato nel periodo novembre-dicembre.

- **Coordinamento** ovvero tutte le attività necessarie per la gestione e il coordinamento del Piano di comunicazione e del Gruppo di lavoro con l'obiettivo di realizzare e mantenere un flusso di informazioni costante. Tale attività prevede:

- Incontri di coordinamento con cadenza mensile. Nel periodo di riferimento sono previsti n. 14 incontri (A1.b) di cui n. 2 incontri dedicati alla pianificazione annuale delle attività di comunicazione. Ogni incontro prevede l'elaborazione del relativo report di sintesi della riunione per un totale di n. 14 report
- Relazione semestrale di esecuzione (A1.c): n. 2 report semestrali con valenza rendicontativa (giugno 2026 e dicembre 2026)
- Report annuale delle attività (A1.d): n. 1 report annuale a scopo divulgativo delle azioni effettuate nel corso del 2026 (con consegna a gennaio 2027).

- **Monitoraggio.** Prevede la realizzazione delle attività di monitoraggio su attività, output prodotti e risultati conseguiti:

- A1.h: attivazione di n. 1 servizio annuale di rassegna stampa.

Il **quadro di monitoraggio** del Piano, con indicatori di attività, di risultato e di impatto, è ormai uno strumento consolidato e pienamente operativo. L'attività di rilevazione dei dati viene realizzata on going.

Dettaglio delle attività e quadro finanziario 2026 - A1

A1 – Pianificazione, coordinamento e monitoraggio					
Rif	Tipologia	Timing	Quantità	Valore unitario (€)	Valore totale (€)
A1 – a	Piano annuale delle attività	Gennaio - Novembre	2	500,00 €	1.000,00 €
A1 – b	Incontri di coordinamento mensili	Cadenza mensile	14	400,00 €	5.600,00 €
A1 – c	Relazione semestrale di esecuzione	Giugno, dicembre	2	500,00 €	1.000,00 €
A1 - d	Report annuale delle attività	Dicembre	1	800,00 €	800,00 €
A1 - h	Servizio annuale di rassegna stampa	Ongoing	1	4.000,00 €	4.000,00 €
		Totale A1	20		12.400,00 €

A2 – Materiale grafico e iconografico

Sintesi delle attività dell'Area per il 2026

L'area A2 prevede, per l'anno in corso, la realizzazione di prodotti e servizi a supporto del Piano di comunicazione con il seguente dettaglio:

- Set di immagini originali (A2.a): è prevista la realizzazione di n. 125 immagini sulla base dei temi e delle location che saranno concordate;
- Set di scatti di beneficiari degli interventi (A2.b): è prevista la realizzazione di n. 200 immagini sulla base dei temi e delle location che saranno concordate;
- Infografiche statiche (A2.d): si prevede la realizzazione di n. 2 infografiche, da definire nei contenuti, presumibilmente n. 1 infografica nel primo semestre sui risultati della programmazione 14-22 e n. 1 infografica nel secondo semestre;
- Card social (A2.e): è prevista la realizzazione di n. 4 uscite di card social strutturate a "carosello", da definire nei contenuti, presumibilmente n. 2 nel primo semestre, di cui una sui risultati della programmazione 14-22, e n. 2 nel secondo semestre.

Dettaglio delle attività e quadro finanziario 2026 – A2

A2 – Materiale grafico e iconografico					
Rif.	Tipologia	Timing	Quantità	Valore unitario (€)	Valore totale (€)
A2 - a	Immagini originali: 125 immagini	Secondo semestre	0,25	18.000,00 €	4.500,00 €
A2 - b	Scatti di beneficiari degli interventi: 200 immagini	Primo e Secondo semestre	0,50	15.000,00 €	7.500,00 €
A2 - d	Infografiche statiche	Primo e secondo semestre	2	280,00 €	560,00 €
A2 - e	Card social	Primo e secondo semestre	4	280,00 €	1.120,00 €
		Totale A2	6,75		13.680,00 €

A3 – Video e prodotti multimediali

Sintesi delle attività dell'Area per il 2026

In quest'area è prevista la seguente attività:

- video e prodotti multimediali (A3.a). È prevista la realizzazione di n. 2 video, entrambi nel primo semestre. Il primo sarà realizzato partendo dai remontage già prodotti nel precedente quadriennio con l'obiettivo di ottenere un video adatto alla TV da 30". Il secondo sarà dedicato ai risultati della programmazione 14-22, da realizzare con uno stile simile al video in *motion graphic* consegnato nel 2025;
- video buone pratiche (A3.b). È prevista la realizzazione di n.10 video dedicati al racconto dei risultati del CSR 23-27, da realizzare a cavallo tra il primo e il secondo semestre, sviluppando un nuovo format che valorizzi i nuovi casi selezionati e si differenzi dai format più diffusi.

A3 – Video e prodotti multimediali					
Rif.	Tipologia	Timing	Quantità	Valore unitario (€)	Valore totale (€)
A3 – a	Video e prodotti multimediali	Primo semestre	2	2.800,00 €	5.600,00 €
A3 - b	Video buone pratiche	Primo/Secondo semestre (giugno-settembre)	10	3.800,00 €	38.000,00 €
		Totale A3	12		43.600,00 €

A4 – Comunicazione web e social

Sintesi delle attività dell'Area per il 2026

Le attività dell'area A4 riguardano la gestione complessiva della comunicazione online: sito web, mailing mirato e account social (Facebook, Instagram, Telegram e YouTube).

Gestione tecnica e redazionale dei contenuti web e social (A4.a). Per gestione complessiva si intende quanto specificato nell'articolo 3.2 del capitolato. Le attività dettagliate sono tutte on going fino al termine della fornitura e il relativo output viene rendicontato a semestre (di conseguenza per il 2026 sono previsti n. 2 output). Le singole attività potrebbero essere oggetto di progettazione ad hoc, per la quale sarà predisposta la specifica documentazione, da concordare in occasione delle riunioni di coordinamento.

Azioni di mantenimento e sviluppo del sito web venetorurale.it (A4.b). Nel corso dell'anno sono previste n. 2 azioni di sviluppo di cui n. 1 come da Offerta tecnica presentata e n. 1 per la realizzazione di una nuova sezione dedicata alla PAC post-2027 e, di conseguenza, alla programmazione 2028-2034.

Database online delle immagini (A4.c). Saranno effettuate tutte le valutazioni tecniche per sistemare l'attuale database per poi procedere al suo trasferimento sui server regionali.

Manutenzione, gestione hosting, housing e rinnovo servizi (A4.d) Per quanto concerne le attività connesse con la manutenzione tecnica del sito web, nonché housing, hosting e rinnovo servizi, anche in questo caso si tratta di attività on going fino al termine della fornitura che ricomprende le seguenti azioni specifiche:

1. programmazione degli aggiornamenti bisettimanali dei plugins previo backup dei siti e del database;
2. installazione di alcuni plugins per rendere più sicuri i siti, limitando i tentativi di accesso fraudolenti e controllando l'integrità dei file di WordPress;
3. mantenimento, per il sito web dedicato al PSR Veneto 2014-2020, dell'attuale housing e hosting su OVH provvedendo al pagamento dei rinnovi, e mantenimento di housing e hosting per i siti nuovi (<https://scopri.psrveneto.it/> e <https://venetorurale.it/>).

Si tratta di un servizio con rendicontazione annuale, per cui nel 2026 è previsto n.1 output.

Analisi di posizionamento SEO (A4.e) L'attività legata all'analisi del posizionamento SEO, prevede la predisposizione di report semestrali (per un totale di n. 2 report nel 2026). L'attività, inoltre, prevede anche la verifica dei contenuti del sito web in ottica SEO (anch'essa on going per tutta la fornitura). In particolare, l'analisi SEO (SEO Audit) riguarda tutti i fattori di posizionamento noti e presunti: pubblico (acquisizione, comportamento, search intent), posizionamento, ottimizzazione on-site e off-site, analisi keywords e usabilità con l'obiettivo di individuare le criticità e definire le possibili soluzioni.

A4 – Comunicazione web e social					
Rif.	Tipologia	Timing	Quantità	Valore unitario (€)	Valore totale (€)
A4 – a	Gestione tecnica e redazionale	On going	2	2.000,00 €	4.000,00 €
A4 - b	Azioni di mantenimento e sviluppo del sito web	Primo e secondo semestre	2	2.000,00 €	4.000,00 €
A4 - c	Database online di immagini	Secondo semestre	1	4.000,00 €	4.000,00 €
A4 - d	Manutenzione, hosting, housing, rinnovo servizi	On going	1	3.500,00 €	3.500,00 €
A4 - e	Analisi di posizionamento SEO	Giugno, dicembre	2	500,00 €	1.000,00 €
		Totale A4	8		16.500,00 €

A5 – Campagne pubblicitarie

Sintesi delle attività dell'Area per il 2026

Le attività dell'area riguardano la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari e inserzionistica sui principali mass media (stampa regionale e nazionale, radio e televisioni e altre forme di pubblicità), così come richiesto dal Capitolato e previsto in Offerta tecnica, nonché nel rispetto della tempistica prevista.

In particolare, l'area prevede per ogni campagna le seguenti attività:

- **piano della campagna** (budget, durata, tipologia di mezzi, formati e frequenza);
- **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).

Le attività sopra descritte sono previste per ogni campagna.

In particolare, nel corso del 2026 si prevede di realizzare n. 2 campagne ovvero:

1. campagna "Remontage" tematici nel primo trimestre;
2. campagna sui risultati delle attività di comunicazione, sempre entro il primo semestre.

Di seguito il dettaglio:

- **Campagna "Remontage" tematici:** da pianificare entro il primo trimestre, la campagna ha l'obiettivo di diffondere le tematiche e gli interventi di sviluppo rurale attraverso i quattro video "remontage" prodotti tra il 2024 e il 2025. Il focus della campagna sarà la divulgazione delle quattro tematiche che farà da chiusura alla programmazione 2014-2022 (competitività, ambiente, innovazione, sviluppo del territorio) e allo stesso avrà il compito di lanciare indirettamente i primi risultati della programmazione 2023-2027. Sarà, quindi realizzato uno spot da 30" (vedi Area 3);
- **Campagna "Risultati comunicazione":** sarà valutata la modalità di promozione dei risultati ottenuti dal Piano di comunicazione nel quadriennio 2022-2025. La campagna potrà avere come prodotti oggetto di diffusione: video motion sugli effetti delle campagne istituzionali; social card, slides e articoli sui risultati e sugli effetti delle campagne. Da realizzare entro il primo semestre 2026.

Il piano di campagna per il 2026 dovrà tenere conto della presenza di **risorse per attività digital "ordinarie"**: sarà definito un budget dedicato alle sponsorizzazioni digitali (social media) per la promozione di singoli contenuti e prodotti realizzati nel corso dell'anno (ad esempio: social card; infografiche; video tematici; eventi).

Quadro finanziario 2025 - A5

La presente area non prevede articolazione per output: la rendicontazione finanziaria avviene sulla base della apposita documentazione che attesta la spesa sostenuta, nell'ambito della prima Relazione semestrale utile. Tuttavia, è possibile fare una stima della spesa, come segue:

A5 – Campagne pubblicitarie		
Rif. Campagna	Quantità	Valore totale (€)
Campagna Remontage (febbraio/marzo)	1	17.000,00 €
Campagna Risultati comunicazione (aprile/maggio)	1	8.000,00 €
Attività digital "ordinaria"	1	5.000,00 €
	Totale A5	30.000,00 €

A6 – Eventi e incontri

Sintesi delle attività dell'Area per il 2026

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, in tutte le fasi (selezione delle location, sopralluoghi, verifica della presenza e del funzionamento delle attrezzature tecniche, attivazione di servizi accessori, allestimento, trasporto e distribuzione di materiali, servizio di accoglienza, assistenza a relatori e presentatori, ospitalità e trasporti, attività di monitoraggio e indagine). In particolare, nel corso dell'anno sono previsti i seguenti eventi:

- **Incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale (A6.a):** n. 1 evento di presentazione dei bandi in base all'aggiornamento del Piano pluriennale dei bandi che sarà approvato nei primi mesi del 2026 (da valutare: novembre/dicembre);
- **Incontri dedicati alla nuova programmazione post 2027 (A6.b):** n. 2 incontri per condividere con i portatori di interesse le proposte di priorità pensate per il sistema rurale regionale in vista della programmazione europea 2028 - 2034. Il primo si svolgerà nel mese di giugno per presentare le analisi fatte dalla Regione del Veneto per individuare i fabbisogni del settore agricolo, agroalimentare e forestale. Le analisi saranno messe in consultazione per dare la possibilità ai partner di contribuire all'individuazione delle priorità regionali. Il secondo incontro si svolgerà nel mese di novembre per esporre i risultati della consultazione e presentare il documento di orientamento che servirà di riferimento per la definizione degli interventi della nuova programmazione della PAC in Veneto;
- **Seminari e workshop tematici (A6.d):** n. 1 workshop sui risultati del Piano di comunicazione da tenere nel primo semestre (metà maggio) coinvolgendo anche il livello nazionale (Masaf, altre Regioni, ecc.), ma anche altri fondi e giornalisti di settore

Dettaglio delle attività e quadro finanziario 2026 – A6

A6 – Eventi e incontri					
Rif.	Tipologia	Timing	Quantità	Valore unitario (€)	Valore totale (€)
A6 – a	Incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale	Novembre/dicembre	1	3.500,00 €	3.500,00 €
A6 – b	Incontri dedicati alla nuova programmazione post 2027	Giugno e novembre	2	3.500,00 €	7.000,00 €
A6 – d	Seminari e workshop tematici	Maggio	1	3.500,00 €	3.500,00 €
		Totale A6	4		14.000,00 €

Sintesi delle attività dell'Area per il 2026

Nessun output previsto nel 2026.



6. Budget totale del Piano di comunicazione 2026

Per la prima annualità, da gennaio a dicembre 2026, il budget totale che indicativamente si prevede di attivare per le attività di comunicazione e informazione a supporto delle politiche per lo sviluppo rurale Veneto è pari a: 130.180,00 €. Di seguito il dettaglio:

Rif.	Titolo	Totale output	Totale Area (€)
A1	Pianificazione, coordinamento e monitoraggio	20	12.400,00 €
A2	Materiale grafico e iconografico	6,75	13.680,00 €
A3	Video e prodotti multimediali	12	43.600,00 €
A4	Comunicazione web e social	8	16.500,00 €
A5	Campagne pubblicitarie	-	30.000,00 €
A6	Eventi e incontri	4	14.000,00 €
A7	Pubblicazioni e materiali	0	----
	Grand total	50,75	130.180,00€

Pianificazione output 2026 e confronto con fornitura

Di seguito il quadro generale del Piano di Comunicazione 2026 - 2029 con il dettaglio di tutte le aree e degli output previsti nel 2026.

A1 – Pianificazione, coordinamento e monitoraggio					
Rif	Tipologia	Totale fornitura	Totale anno 2026	Valore unitario (€)	Valore totale (€)
A1 – a	Piano annuale delle attività	4	2	500,00 €	1.000,00 €
A1 – b	Incontri di coordinamento mensili	52	14	400,00 €	5.600,00 €
A1 – c	Relazione semestrale di esecuzione	8	2	500,00 €	1.000,00 €
A1 - d	Report annuale delle attività	4	1	800,00 €	800,00 €
A1 - h	Servizio annuale di rassegna stampa	4	1	4.000,00 €	4.000,00 €
		Totale A1	20		12.400,00 €

A2 – Materiale grafico e iconografico					
Rif.	Tipologia	Totale fornitura	Totale anno 2026	Valore unitario (€)	Valore totale (€)
A2 - a	Immagini originali: 125 immagini	1	0,25	18.000,00 €	4.500,00 €
A2 - b	Scatti di beneficiari degli interventi: 200 immagini	1	0,50	15.000,00 €	7.500,00 €
A2 - d	Infografiche statiche	8	2	280,00 €	560,00 €
A2 - e	Card social	16	4	28,00 €	1.120,00 €
		Totale A2	6,75		13.680,00 €

A3 – Video e prodotti multimediali					
Rif.	Tipologia	Totale fornitura	Totale anno 2026	Valore unitario (€)	Valore totale (€)
A3 - a	Video e prodotti multimediali	8	2	2.800,00 €	5.600,00 €
A3 - b	Video buone pratiche	20	10	3.800,00 €	38.000,00 €
		Totale A3	12		43.600,00 €

A4 – Comunicazione web e social					
Rif.	Tipologia	Totale fornitura	Totale anno 2026	Valore unitario (€)	Valore totale (€)
A4 - a	Gestione tecnica e redazionale	8	2	2.000,00 €	4.000,00 €
A4 - b	Azioni di mantenimento e sviluppo del sito web	8	2	2.000,00 €	4.000,00 €
A4 - c	Database online di immagini	1	1	4.000,00	4.000,00
A4 - d	Manutenzione, hosting, housing, rinnovo servizi	4	1	3.500,00 €	3.500,00 €
A4 - e	Analisi di posizionamento SEO	8	2	500,00 €	1.000,00 €
		Totale A4	8		16.500,00 €

A5 – Campagne pubblicitarie		
Rif. campagna	Quantità	Valore totale (€)
Campagna Remontage (febbraio/marzo)	1	17.000,00 €
Campagna Risultati comunicazione (aprile/maggio)	1	8.000,00 €
Attività digital "ordinaria"	1	5.000,00 €
		30.000,00 €

A6 – Eventi e incontri					
Rif.	Tipologia	Totale fornitura	Totale anno 2026	Valore unitario (€)	Valore totale (€)
A6 - a	Incontri informativi sulle politiche di sviluppo rurale	10	1	3.500,00 €	3.500,00 €
A6 - b	Incontri dedicati alla nuova programmazione post 2027	2	2	3.500,00 €	7.000,00 €
A6 - d	Seminari e workshop tematici	2	1	3.500,00 €	3.500,00 €
		Totale A6	4		14.000,00 €

7. Cronoprogramma degli output

In allegato al presente documento viene rappresentata la pianificazione temporale di quanto dettagliato nei capitoli precedenti. Il GANTT è suddiviso per semestre e ogni semestre presenta un cronoprogramma settimanale, per singola area. All'inizio, è inserito un cronoprogramma dell'intera annualità.

In questo modo è possibile tenere sotto controllo le fasi di lavorazione e quelle di rilascio vero e proprio. La tempistica, oltre a tenere conto delle fasi di lavorazione, considera anche i termini di consegna considerati vincolanti in fase di gara (vedi Capitolato).



CREDITS

Hanno partecipato alla redazione del presente documento:

Claudia Fedele, FGB Srl

Mariapaola La Caria, PR Consulting Srl

Ester Mauro, FGB Srl

Raffaele Paciello, FGB Srl

Con il supporto di:

REGIONE DEL VENETO

Gionata Asti, UO Programmazione e sviluppo rurale
(Direzione dell'esecuzione del contratto)

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

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

Raffaele Bellio, EQ - Coordinamento e gestione interventi Feasr
(Gestione amministrativa e finanziaria del Piano)

Le foto di copertina e di pagina 3,5,18,21 sono di Daniele Gobbin - Redframe ©2022

Avvertenza

"Il presente documento ha natura prevalentemente programmatoria e previsionale: l'attuazione del Piano annuale potrebbe prevedere l'attivazione di output e risorse diverse rispetto a quanto indicato sulla base delle esigenze del committente e del contesto programmatorio. Per il quadro assestato delle attività realizzate si rimanderà ai Report semestrali di esecuzione e al Report conclusivo del servizio".

Iniziativa finanziata dal CSR Veneto 2023-2027

Organismo responsabile dell'informazione e Autorità di gestione:
Direzione ADG FEASR Bonifica e Irrigazione Regione del Veneto



Cofinanziato
dall'Unione europea



venetorurale.it

