

# **PIANO DI COMUNICAZIONE 2023**

## **PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE (PSR) FEASR DELLA REGIONE TOSCANA 2014-2022**

(ai sensi del Reg. UE 1303/2013, artt. 115, 116 e Allegato XII e del Reg. UE 808/2014, art.13 e Allegato III)

### **e attività connesse al Complemento per lo sviluppo rurale 2023-2027**

(ai sensi del Reg. Regolamento UE n. 2021/2115 e Regolamento esecutivo 2022/129)

# Indice generale

1.Premessa .....	3
2.Il quadro di riferimento.....	3
3.Strategia della comunicazione per il 2023 .....	4
4.Dettaglio del piano di comunicazione 2023 .....	7
4.1.1 Sito web .....	14
4.1.2 Social media .....	14
4.1.3 Newsletter digitale .....	14
4.1.4 Attività giornalistica e media relations.....	15
4.1.5 Partenariato e RRN.....	15
4.1.6 Eventi e fiere .....	16
4.1.7 Pubblicazioni e materiale informativo.....	16
4.1.8 Campagne pubblicitarie .....	16
4.1.9 Pubblico interno .....	17
4.1.10 Supporto ai beneficiari .....	17
5.Monitoraggio e valutazione.....	17
6.Budget 2023.....	18
7.Timing .....	19



## 1. Premessa

Il presente documento declina la “Strategia di Comunicazione, informazione e pubblicità del Programma di sviluppo rurale (PSR) Feasr 2014-2022 della Regione Toscana” (di seguito SdC), nelle attività di informazione e comunicazione previste per l’anno 2023 e integra le azioni funzionali alla promozione dell’attuazione del Complemento per lo sviluppo rurale (CSR) del PSP per la Regione Toscana 2023-2027.

Della SdC il presente Piano acquisisce e attua tutti gli obiettivi generali e specifici e le priorità, per quanto previsto per l’annualità citata.

Per facilitare la lettura dei Piani di comunicazione annuali, questi ultimi riprendono la medesima organizzazione dei contenuti della SdC. In ogni caso, si ricorda che, per quanto concerne l’approccio generale delineato dalla SdC, i **punti cardine** da adottare per la predisposizione dei piani annuali sono:

- raccontare il cambiamento;
- informare adeguatamente in merito al CSR Toscana e alle nuove opportunità ad esso connesse;
- avviare una comunicazione sempre più diretta ed efficace;
- implementare il sistema di monitoraggio e feedback continuo impostato negli ultimi anni;
- migliorare le sinergie con le azioni di comunicazione della RRN;
- avviare un nuovo dialogo con il partenariato.

L’Autorità di gestione, al momento della stesura del presente piano di comunicazione, in mancanza di indicazioni diversa da parte del Masaf (Ministero dell’agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste), manterrà come punto di riferimento l’attuale Strategia di comunicazione anche per la progettazione e realizzazione delle azioni di comunicazione riferibili alla programmazione 2023-2027. Le disposizioni europee (Regolamento UE 2021/2115 e Regolamento esecutivo 2022/129) e del Piano strategico Nazionale (PSN) PAC per l’Italia confermano l’attuale impianto e la possibilità di utilizzare le risorse previste nel PSR Toscana 2014-2022. La responsabilità, infatti, delle attività di comunicazione e informazione relativi alla programmazione 2023-2027, a livello regionale rimane in capo alle singole Regioni.

Di conseguenza, tenendo conto dei cambiamenti che interverranno nel corso del 2023, a causa della sovrapposizione tra le due programmazioni, si è deciso di impostare (vedi Capitolo 3) una strategia di comunicazione in grado di abbracciare le due programmazioni e renderle complementari e connesse.

## 2. Il quadro di riferimento

Le attività di comunicazione e informazione del PSR Toscana 2014-2022 e del CSR Toscana 2023-2027 previste per il 2023 si inseriscono nel quadro generale delle strategie di comunicazione della Regione stessa. L’AdG del PSR predispone il progetto di comunicazione annuale che viene inglobato nel piano generale di comunicazione della Regione Toscana.

Il piano generale per il 2023 è stato approvato con [delibera di Giunta n. 126 del 20 febbraio 2023](#) (“Piano generale della comunicazione per l’anno 2023) e ha validità annuale. La delibera specifica e individua i **temi strategici di comunicazione della Regione Toscana**, tra i quali quelli di maggiore interesse per lo sviluppo rurale sono:

- istruzione, orientamento e formazione professionale;
- lavoro e nuove opportunità per cittadini e imprese;
- paesaggio, ambiente e agricoltura/trasporti;
- percorsi di autonomia dei giovani;
- sociale;
- impresa, ricerca e innovazione;
- turismo;
- Toscana delle donne.

Nell’ambito di questa cornice, la comunicazione del PSR 2014-2022 e del CSR Toscana 2023-2027 dovrà necessariamente toccare alcuni dei temi strategici individuati centralmente o comunque identificare eventuali sinergie, limitatamente alle opportunità offerte nel settore dello sviluppo rurale. A questi temi chiave generali, quindi, vanno prioritariamente affiancati i temi chiave della comunicazione del PSR Toscana e del CSR Toscana 2023-2027 per il 2023.

### 3. Strategia della comunicazione per il 2023

Fatto salvo quanto specificato nella SdC (capitolo 3), che trova applicazione anche nel presente piano annuale e il cui raggiungimento sarà realizzato con tutti gli strumenti dettagliati nel capitolo 4 del presente documento, particolare attenzione è stata riservata all’individuazione di specifici target della comunicazione, con una declinazione delle attività previste sulla base delle diverse tipologie di destinatari delle misure inserite nel PSR e nel CSR. Lo scopo è quello di mettere in luce le nuove opportunità offerte nell’ambito della nuova programmazione per il periodo 2023-2027, i servizi attivati, le procedure e la modulistica disponibile, ma anche continuare l’attività di comunicazione dei risultati del PSR Toscana 2014-2022, anche un duplice obiettivo:

- 1) comunicare i risultati della precedente programmazione, portando avanti l’attività già intrapresa a partire dal 2020 con l’individuazione delle prime 40 buone prassi, cui seguiranno ulteriori 40 buone prassi, ma anche i 16 progetti PSGO che sono stati oggetto di un approfondimento da parte del valutatore indipendente nel corso del 2022;
- 2) utilizzare lo strumento dello storytelling e la viva voce dei beneficiari del PSR Toscana 2014-2022 come testimonianza peer-to-peer per i beneficiari del CSR 2023-2027.

In altre parole, continuando la strada intrapresa negli anni precedenti, la comunicazione continua ad essere l’elemento cruciale dell’impegno della Regione Toscana per il raggiungimento del più alto grado di **trasparenza e semplificazione**, che rimangono, come negli anni passati, tra le attività più importanti per consentire un accesso alle opportunità offerte sempre più accessibile e comprensibile.

Proprio in quest’ottica, come già programmato nel 2022, la **comunicazione dei risultati del PSR Toscana 2014-2022** vedrà anche la realizzazione di una campagna di comunicazione



ad hoc il cui obiettivo principale è quello di comunicare e informare la cittadinanza (privati cittadini, scuole, imprese agricole, operatori del settore, ecc.) in merito ai principali risultati raggiunti sino ad ora con l'utilizzo dei fondi messi a disposizione dal PSR Toscana per far comprendere meglio le ricadute socioeconomiche sul territorio locale e nella vita quotidiana di tutti i cittadini toscani, ma anche raggiungere il secondo obiettivo sopra elencato e, quindi, usare i beneficiari come dei veri e propri testimonial dello sviluppo rurale in Toscana.

Come accennato in Premessa, fin da ora è necessario impostare una nuova strategia che nasce dalla necessità di rispondere all'evoluzione di contesto che si è delineata e consolidata negli ultimi mesi del 2022. Con l'avvio, infatti, della programmazione 2023-2027 si è concretizzata la necessità di prevedere nel 2023 azioni strategiche in grado di far coesistere le attività di comunicazione del PSR Toscana 2014- 2022 (principalmente legate alla comunicazione dei risultati) con la comunicazione della nuova programmazione 23-27. La programmazione legata allo sviluppo rurale non è ovviamente nuova a questi cambiamenti e a queste tempistiche, ma, diversamente dal passato, non si tratta più di comunicare la coesistenza di due programmazioni, ma di comunicare una nuova programmazione, quella 2023-2027, che, per la prima volta, richiede di abbandonare alcuni dei punti di riferimento ai quali tutti (operatori del settore, beneficiari potenziali e attuali, stakeholders, ecc.) erano abituati. In primo luogo, viene abbandonato un nome consolidato nella comunicazione da anni "PSR Toscana" per un nuovo concetto, quello di "Complemento per lo sviluppo rurale del PSP per la Regione Toscana" o CSR Toscana. Si tratta di un primo cambiamento che necessita di una nuova individualità proprio perché il concetto di Programma di sviluppo rurale non esiste più e si passa a un altro concetto, quello del complemento di programmazione che ha ovviamente bisogno di essere spiegato e presentato.

Tuttavia, pur cambiando la terminologia usata, l'argomento di base rimane il medesimo: le politiche di sviluppo rurale della Regione Toscana. E sarà proprio su questo elemento, comune a tutte le programmazioni, che verrà costruita una nuova identità, in grado, a partire proprio dal 2023, di accomunare la programmazione 14-22 con la programmazione 23-27. Quest'ultima, ricordiamo, non sostituisce il bagaglio del passato e tantomeno la programmazione 14-22. Sarà, quindi, necessario impostare la comunicazione per il 2023 proprio su questa continuità, cominciando, nel frattempo, a inserire la nuova terminologia e i nuovi concetti alla base della programmazione 23-27.

In questo senso, quindi, sarà proprio l'attività di storytelling ad aiutare in questa evoluzione, perché, partendo dal racconto del PSR Toscana 14-22 sarà in grado di guidare il pubblico di riferimento verso la nuova programmazione che altro non è se non la continuazione di un percorso, quello dello sviluppo rurale in Toscana, cominciato anni fa e attualmente in evoluzione: la nuova programmazione è un ulteriore tassello di un percorso, di un cammino, che continua a esistere e a produrre i propri effetti, sia in termini di opportunità che di risultati concreti e, anzi, sono gli stessi risultati del "passato" che hanno portato alla nuova programmazione.

La strategia di comunicazione per il 2023 dovrà, in altri termini, essere in grado di valorizzare tutto il percorso fatto fino ad ora dalla Regione Toscana, dal partenariato e da tutti i cittadini, beneficiari e non del Feasr.

In questo nuovo contesto, come si accennava sopra, un elemento strategico fondamentale per la comunicazione sarà quello di individuare gli elementi comuni della vecchia e della nuova programmazione per metterli in risalto e dare un continuità comunicativa pur

trovandosi in una fase di cambiamento.

Per realizzare ciò una delle attività principali da avviare nel mese di gennaio sarà, quindi, la costruzione di un nuovo concetto che possa essere trasversale non solo tra programmazione 14-22 e 23-27, ma che consenta di far fronte anche ad eventuali cambiamenti futuri non certo prevedibili al momento attuale. Per questo motivo si lavorerà a una nuova immagine coordinata, distintiva della Toscana, che sia in grado di sfruttare un concetto assolutamente trasversale

## **Sviluppo rurale Toscana**

Un concetto:

- trasversale alle programmazioni;
- trasversale alle opportunità offerte dalla nuova programmazione;
- condiviso dai beneficiari del PSR Toscana 14-22 che lo racconteranno attraverso i progetti che hanno realizzato;
- condiviso e conosciuto dal partenariato e dagli stakeholder, ma anche da tutti i referenti regionali, compresi gli UCI;
- semplice e diretto e, infine,
- in linea con le scelte che stanno già facendo altre Regioni italiane.

In questa fase della programmazione e delle attività di comunicazione, il cambiamento (solo formale e non sostanziale) costituisce una vera e propria opportunità: l'avvio della nuova programmazione può accompagnare nuovi concetti, nuova grafica e nuovo logo in maniera graduale, come si diceva prima, anche sfruttando lo storytelling della precedente programmazione.

Strettamente legato a ciò e sempre da realizzare nel mese di gennaio, sarà avviata la costruzione di un nuovo approccio comunicativo e di nuovi messaggi, in grado di supportare lo "Sviluppo rurale Toscana" e di continuare le scelte linguistiche e l'approccio citizen centred già avviato con l'attività di storytelling.

Infine, come per gli anni passati, tutte le attività di comunicazione che saranno implementate nel 2023, sfrutteranno in maniera integrata e sinergica gli strumenti a disposizione, pur considerando che, nei primi mesi dell'anno, sarà fondamentale focalizzarsi sulla realizzazione del sito web dedicato allo Sviluppo rurale Toscana che conterrà in sé sia la nuova programmazione che la programmazione 14-22.

## 4. Dettaglio del piano di comunicazione 2023

Il Piano di comunicazione 2023 del PSR Toscana 2014-2022 e del CSR Toscana 2023-2027 è in grado di raggiungere gli **obiettivi generali (OG) e specifici (OS)** dettagliati nella Tabella 1, utile per comprendere facilmente come ogni canale e strumento di comunicazione previsto vada a coprire, in maniera coordinata e trasversale, diversi OG, OS e target, per raggiungere i risultati attesi specificati.

Tabella 1 – Dettaglio Piano annuale 2023

Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi	Target	Canali/strumenti
<b>1. Migliorare il livello di percezione e conoscenza del PSR in termini di opportunità offerte e risultati attesi e raggiunti (OG1)</b>	<b>1. Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)</b>	1. Maggiore consapevolezza del Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura. (RA1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Brochure informative</li> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> </ul>
	<b>2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del PSR (OS2)</b>	2. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e percezione delle informazioni da parte dei target (soddisfazione sulle informazioni ricevute). (RA2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• stakeholder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Workshop/seminari</li> <li>• Incontri di partenariato</li> <li>• Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole</li> </ul>
<b>Obiettivi generali (OG)</b>	<b>Obiettivi specifici (OS)</b>	<b>Risultati attesi</b>	<b>Target</b>	<b>Canali/strumenti</b>



<b>2. Rafforzare la percezione positiva del ruolo dell'Ue e le possibilità di utilizzo del Feasr (OG2)</b>	<b>1. Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)</b>	1. Maggiore consapevolezza del Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura. (RA1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Brochure informative</li> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> </ul>
	<b>2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del PSR (OS2)</b>	2. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e percezione delle informazioni da parte dei target (soddisfazione sulle informazioni ricevute). (RA2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• stakeholder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Workshop/seminari</li> <li>• Incontri di partenariato</li> <li>• Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole</li> </ul>
	<b>3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti PSR (OS3)</b>	3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il PSR. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari. (RA3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> <li>• partner istituzionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Brochure informative</li> <li>• Slides esplicative</li> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> </ul>
<b>Obiettivi generali (OG)</b>	<b>Obiettivi specifici (OS)</b>	<b>Risultati attesi</b>	<b>Target</b>	<b>Canali/strumenti</b>
<b>3. Accorciare la distanza tra</b>	<b>1. Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)</b>	1. Maggiore consapevolezza del	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• moltiplicatori</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> </ul>



<p><b>istituzioni e società promuovendo la trasparenza, la semplicità di accesso, il dialogo e la partecipazione (OG3)</b></p>	<p>Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura. (RA1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dell'informazione stakeholder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> </ul>
<p>2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del PSR (OS2)</p>	<p>2. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e percezione delle informazioni da parte dei target (soddisfazione sulle informazioni ricevute). (RA2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• stakeholder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Workshop/seminari</li> <li>• Incontri di partenariato</li> </ul>
<p>3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)</p>	<p>3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il PSR. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari. (RA3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> <li>• partner istituzionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> </ul>
<p>4. Consolidare le attività di supporto e assistenza (OS4)</p>	<p>4. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e consapevolezza del supporto da parte dei</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• stakeholder</li> <li>• partner istituzionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Manuale d'uso del logo</li> <li>• Materiali per una comunicazione coordinata</li> <li>• Linee guida della comunicazione</li> </ul>

	target. (RA4)		• Slide
5. <i>Aumentare la consapevolezza su esiti e impatto (OS5)</i>	5. Livello di percezione della trasparenza dei processi relativi alla spesa del Feasr presso i gruppi target. (RA5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> <li>• partner istituzionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Slides esplicative</li> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> </ul>
6. <i>Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)</i>	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard. (RA6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> <li>• partner istituzionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Workshop/seminari</li> <li>• Incontri di partenariato</li> <li>• Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole</li> <li>• Slides esplicative</li> <li>• Materiali per una comunicazione coordinata</li> <li>• Manuale d'uso del logo</li> <li>• Linee guida della comunicazione</li> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> </ul>
7. <i>Fornire servizi e prodotti con un approccio centrato sul ruolo del cittadino e del partenariato. Coinvolgimento. Rafforzamento del dialogo (citizen centred approach) (OS7)</i>	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard. (RA6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> <li>• partner istituzionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Workshop/seminari</li> <li>• Incontri di partenariato</li> <li>• Slides esplicative</li> <li>• Materiali per una comunicazione coordinata</li> <li>• Manuale d'uso del logo</li> <li>• Linee guida della comunicazione</li> </ul>

Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi	Target	Canali/strumenti
<b>4. Migliorare la conoscenza sui risultati del PSR e delle politiche dell'Ue (OG4)</b>	1. Incrementare l'informazione sul PSR (OS1)	1. Maggiore consapevolezza del Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura. (RA1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Brochure informative</li> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> </ul>
	3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)	3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il PSR. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari. (RA3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> <li>• partner istituzionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> </ul>
	5. Aumentare la consapevolezza su esiti e impatto (OS5)	5. Livello di percezione della trasparenza dei processi relativi alla spesa del Feasr presso i gruppi target. (RA5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> <li>• partner istituzionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Slides esplicative</li> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> </ul>
Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi	Target	Canali/strumenti

<b>5. Rafforzare la rete di partenariato (OG5)</b>	3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)	3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il PSR. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari. (RA3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> <li>• partner istituzionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi</li> <li>• Workshop/seminari</li> <li>• Incontri di partenariato</li> <li>• Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole</li> <li>• Conferenze stampa</li> <li>• Comunicati stampa</li> <li>• Slide</li> </ul>
	6. Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard. (RA6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> <li>• stakeholder</li> <li>• partner istituzionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Newsletter digitale</li> <li>• Attività giornalistica</li> <li>• Eventi - Workshop/seminari</li> <li>• Incontri di partenariato</li> <li>• Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole</li> </ul>
Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi	Target	Canali/strumenti
<b>6. Migliorare la comunicazione di supporto ai beneficiari attuali (OG6)</b>	4. Consolidare le attività di supporto e assistenza (OS4)	4. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e consapevolezza del supporto da parte dei target. (RA4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• stakeholder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Manuale d'uso del logo da diffondere anche tra i responsabili di azione</li> <li>• Materiali per una comunicazione coordinata</li> <li>• Linee guida della comunicazione</li> <li>• Slide</li> <li>• infografiche</li> </ul>
<b>7. Semplicità, comprensibilità, familiarità (OG7)</b>	8. Costruire un nuovo sistema identitario del PSR (OS8)	7. Accessibilità delle informazioni, specie per i beneficiari, per i quali	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• moltiplicatori dell'informazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manuale d'uso del logo da diffondere anche tra i responsabili di azione</li> <li>• Materiali per una</li> </ul>

		sono previsti obblighi informativi. Livello di consapevolezza della cittadinanza. (RA7)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stakeholder</li> <li>• partner istituzionali</li> </ul>	<p>comunicazione coordinata</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Linee guida della comunicazione</li> </ul>
<b>8. Interattività, coinvolgimento, partecipazione, collaborazione, trasparenza (OG8)</b>	<i>9. Sviluppare l'attività di informazione ed educazione per creare una maggiore consapevolezza. Creare una posizione paritaria e familiare nei confronti della Regione per stimolare l'accesso a servizi (OS9)</i>	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard. (RA6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cittadini</li> <li>• beneficiari potenziali</li> <li>• beneficiari attuali</li> <li>• stakeholder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito web</li> <li>• Social media</li> <li>• Slide</li> </ul>

Anche per il 2023 tutti i target dettagliati nella SdC saranno coinvolti nelle attività di comunicazione e informazione. Ci sarà, in particolare, un focus sui seguenti target:

- beneficiari attuali: i beneficiari attuali saranno i veri protagonisti della comunicazione, perché saranno proprio loro a raccontare i progetti e i risultati ottenuti;
- beneficiari attuali e potenziali, per le nuove opportunità della programmazione 2023-2027;
- partenariato;
- cittadini.

A monte delle attività specifiche descritte di seguito, come già anticipato nei precedenti capitoli, nei primi mesi del 2023 si procederà con l'ideazione della nuova grafica dello Sviluppo rurale Toscana in riferimento alla programmazione 23-27. Sarà, di conseguenza, elaborato anche il relativo manuale di identità visiva e uso del logo.

#### **4.1.1 Sito web**

Il sito web sarà oggetto di una revisione complessiva sia per inserire la parte dedicata al CSR Toscana 2023-2027 sia per ottimizzare i contenuti del “vecchio” speciale dedicato al PSR Toscana 2014-2022. I primi mesi del 2023 saranno quindi dedicati alla progettazione del nuovo sito.

Elemento trasversale, come detto nei capitoli precedenti, sono i **Racconti di sviluppo rurale in Toscana**. La sezione, progettata nel 2021, attualmente accoglie le testimonianze di 40 beneficiari sui progetti realizzati con il cofinanziamento del Feasr e quali risultati hanno ottenuto e sarà arricchita con 16 progetti PSGO e, verso la fine del 2023, di ulteriori 40 progetti beneficiari del Feasr. La sezione dedicata ai risultati sarà, inoltre, arricchita di un sistema di filtri di ricerca per facilitare la navigazione dei contenuti.

Sempre a rendicontazione di quanto realizzato con il PSR Toscana 2014-2022 sarà implementata una pagina dedicata ai numeri del PSR Toscana. In questa pagina saranno presentati sempre i risultati del PSR, ma con un taglio diverso dai racconti ovvero fornendo ai cittadini la possibilità di leggere e “toccare con mano” l'avanzamento della spesa, il numero di aziende finanziate, ecc.

#### **4.1.2 Social media**

Nel 2023 continuerà l'attività di comunicazione social tramite i canali della Regione: Facebook, Instagram e YouTube. Nel canale YouTube è stata creata una playlist dedicata ai **Racconti di sviluppo rurale in Toscana** che sarà arricchita dei video che verranno realizzati nel corso dell'anno.

#### **4.1.3 Newsletter digitale**

La newsletter, strumento ormai avviato e consolidato, sarà uno degli strumenti di comunicazione protagonisti del 2023, perché sarà possibile sfruttare la sua capillarità per comunicare in maniera efficace lo storytelling legato ai risultati del PSR, le nuove opportunità per il periodo 2023-2027, gli eventi, ecc.

#### **4.1.4 Attività giornalistica e media relations**

Saranno organizzate, come negli anni passati, conferenze stampa, se ritenuto di volta in volta opportuno in base alle necessità di comunicazione, informazione e disseminazione.

Attraverso il supporto di Toscana Notizie saranno veicolati i comunicati stampa relativi a eventi, novità da mettere in risalto, ecc.

Per quanto riguarda i **servizi video-giornalistici**, si prevede la realizzazione di servizi TV o speciali in base agli eventi e /o alle campagne di comunicazione che saranno realizzate.

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

Saranno inoltre previsti n. 16 + 40 **video storytelling** per la comunicazione dei risultati (1-3 minuti) per i canali social (YouTube e Facebook) e per altre attività di comunicazione. Cui aggiungere n. 2 video aftershow roadshow, per un totale di n. 58 video.

#### **4.1.5 Partenariato e RRN**

Il 2023, come già avvenuto negli anni precedenti, è un anno importante per dare un continuum alle attività di partenariato con tutti i partner istituzionali, la RRN, gli stakeholder economici e sociali, le associazioni del settore, ecc., come già effettuato nel mese di dicembre 2022.

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

Inoltre, come negli anni passati, ai momenti di confronto e condivisione, saranno affiancate le normali attività di informazione (uso degli house organ delle organizzazioni delle aziende agricole – “Dimensione agricoltura” di CIA e “La campagna toscana” di Coldiretti; n. 5 uscite -, pubblicazione dei documenti del Comitato di sorveglianza sul sito web del PSR Toscana 2014-2022 nelle pagine dedicate al Comitato di sorveglianza stesso, con area pubblica e apposita area riservata - accesso ai soli membri del Comitato con user name e password). La medesima cosa verrà effettuata nelle pagine web dedicate al Comitato di monitoraggio per il CSR Toscana 2023-2027.

Infine, in vista della necessaria collaborazione con il partenariato economico-sociale toscano per la nuova programmazione 2023-2027, saranno valutate eventuali attività di condivisione delle informazioni e di ascolto del partenariato con gli strumenti che si riterranno più adatti (ad esempio, seminari, workshop, focus group, ecc.).



#### **4.1.6 Eventi e fiere**

Ogni evento previsto nel corso del 2023 sarà opportunamente progettato in base alle necessità legate al normale andamento della programmazione e a eventuali picchi informativi, di volta in volta.

Al momento si prevede di realizzare:

- n. 1 evento plurifondo (Fesr, Fse+, Feampa, Feasr, ecc.) di lancio della nuova programmazione in Toscana (marzo 2023);
- n. 1 Conferenza regionale dell'agricoltura (aprile/maggio 2023) di lancio della nuova programmazione Feasr e di presentazione dello stato di attuazione dei risultati del PSR Toscana 2014-2022;
- n. 1 Comitato di sorveglianza 14-22 (novembre 2023);
- n. 1 Comitato di monitoraggio 23-27.

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

Nella realizzazione di eventuali progetti speciali per la comunicazione dei risultati sarà valutata la possibilità di organizzare degli eventi di lancio e/o eventi finali, con l'obiettivo di dare la giusta eco ai risultati ottenuti con il progetto e comunicare alla cittadinanza i risultati del PSR Toscana 2014-2022.

Infine, nei primi mesi del 2023, saranno ideati e progettati dei gadget, con la nuova immagine coordinata dello Sviluppo rurale Toscana 2023-2027, per la loro distribuzione in occasione degli eventi.

#### **4.1.7 Pubblicazioni e materiale informativo**

In generale, verrà predisposto adeguato materiale informativo in occasione delle campagne pubblicitarie previste nel 2023 (vedi par. 4.1.9), da valutare in una progettazione ad hoc. Si ricorda che, come più volte ribadito nella SdC, si farà un uso oculato di questi strumenti in prevalenza per le situazioni di animazione territoriale e per la valorizzazione di iniziative che si realizzano in aree meno conosciute o per settori di rilevanza locale.

Sarà, in ogni caso, prevista la realizzazione di una brochure informativa sulle opportunità del CSR Toscana 2023-2027, indicativamente nel mese di aprile/maggio.

#### **4.1.8 Campagne pubblicitarie**

Nel 2023 è prevista la realizzazione di diverse campagne pubblicitarie:

- n. 1 campagna di lancio della nuova programmazione 2023-2027;
- n. 1 campagna BP, che ha come obiettivo il lancio dei racconti dello sviluppo rurale in Toscana, attività che vedrà un continuum nel corso del 2023 e del 2024 (alla campagna sarà dedicata una progettazione ad hoc, compreso il timing);
- campagne di comunicazione delle opportunità della programmazione 23-27 in concomitanza con l'uscita dei bandi;
- n. 1 campagna di brand plurifondo GiovaniSi.

Indicativamente e solo se ritenute appropriate, per le campagne sono previsti, a mero titolo indicativo:

- pubblicità sui media regionali e attività giornalistica sulle principali testate locali;
- acquisto di spazi pubblicitari settoriali;
- spot radiofonici (emittenti locali);
- affissioni statiche e dinamiche;

- campagna social con post dedicati e promozione mirata di alcuni post;
- roll up;
- sezione dedicata sul sito web del PSR;
- speciale newsletter elettronica;
- eventuali eventi di presentazione e promozione sul territorio in collaborazione con le associazioni di categoria.

#### **4.1.9 Pubblico interno**

Come specificato nella SdC, anche il pubblico interno è oggetto di azioni di comunicazione e informazione che sono svolte principalmente, come negli anni passati, attraverso i seguenti canali:

- sito web;
- slide;
- comunicazioni via e-mail.

#### **4.1.10 Supporto ai beneficiari**

Come negli anni passati, ai beneficiari sarà fornito il supporto necessario per le loro attività di comunicazione. A questo si andranno ad affiancare le attività di incontro formativi/informativi ad hoc sui progetti di rigenerazione delle comunità, organizzati dai Gal.

Sarà valutata la possibilità di predisporre le nuove linee guida per i beneficiari a valere sulla programmazione 23-27, in base alle indicazioni che verranno fornite dal Masaf.

Infine, come già sottolineato precedentemente, i beneficiari saranno i veri protagonisti di una parte delle attività di comunicazione, con la possibilità di coinvolgerli attivamente negli eventuali eventi che saranno organizzati per diffondere i risultati del PSR Toscana 2014-2022, come già avvenuto in diverse occasioni anche nel corso del secondo semestre 2022.

## **5. Monitoraggio e valutazione**

Le attività di monitoraggio previste per il 2023 saranno implementate come da Piano di monitoraggio.

L'obiettivo di queste attività sarà, di conseguenza, quello di prevedere un **monitoraggio dell'attuazione della strategia di comunicazione** per verificare l'efficacia e l'efficienza nel raggiungere i target di riferimento prefissati e ricevere il necessario feedback sul risultato della valutazione, per gli eventuali aggiustamenti, correzioni o rafforzamenti delle attività di informazione e comunicazione previste che saranno oggetto del piano annuale 2024.

In particolare, nei primi mesi del 2023 verrà fatta una prima valutazione delle attività di monitoraggio qualitativo avviate nel 2022 che hanno avuto come obiettivo principale quello di costruire la baseline necessaria per impostare la nuova strategia di comunicazione. I risultati di questa attività condotta dall'AdG insieme a Irpet (Istituto regionale programmazione economica della Toscana) si sono conclusi nel mese di dicembre 2022 e saranno, quindi, fondamentali per le corrette valutazioni nei primi mesi del 2023.

## 6. Budget 2023

La previsione di spesa per le attività di comunicazione e informazione sopra descritte è pari a circa € 300.000,00. La cifra prevista sarà presumibilmente rivista in base a eventuali progetti attualmente non prevedibili che si intenderà realizzare nel corso dell'anno.

## 7. Timing

Tabella 2 – Timing Piano annuale 2023

Canale/Strumento	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
<b>Sito web – aggiornamento</b>												
Sito web – Racconti di sviluppo rurale												
Sito web 2023-2027												
<b>Social media</b>												
<b>Newsletter digitale</b>												
<b>Attività giornalistica e media relations – comunicati</b>												
Attività giornalistica e media relations – servizi video giornalistici												
<b>Partenariato e RRN – Publiredazionali mensili</b>												
Partenariato e RRN – Publiredazionali bimestrali												
<b>Eventi e fiere – evento plurifondo nuova programmazione</b>												
Eventi e fiere – Conferenza regionale												
Eventi e fiere – CdS												
Eventi e fiere – CdM												
<b>Pubblicazioni e materiale informativo – brochure istituzionale 2023-2027</b>												
<b>Campagna Buone prassi</b>												
Campagna nuova programmazione 23-27												

Legenda:

Caselle grigie: attività preparatoria

Caselle blu: rilascio servizio/prodotto

Firenze, marzo 2023