

PIANO DI COMUNICAZIONE 2024

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.....	4
3.Strategia della comunicazione per il 2023	4
4.Dettaglio del piano di comunicazione 2023	6
4.1.1 Sito web	11
4.1.2 Social media	Errore. Il segnalibro non è definito.
4.1.3 Newsletter digitale	Errore. Il segnalibro non è definito.
4.1.4 Attività giornalistica e media relations.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
4.1.5 Partenariato e RRN.....	14
4.1.6 Eventi e fiere	Errore. Il segnalibro non è definito.
4.1.7 Pubblicazioni e materiale informativo	Errore. Il segnalibro non è definito.
4.1.8 Campagne pubblicitarie	13
4.1.9 Pubblico interno	Errore. Il segnalibro non è definito.
4.1.10 Supporto ai beneficiari.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
5.Monitoraggio e valutazione.....	14
6.Budget 2023.....	14
7.Timing	15

1. Premessa

Il presente documento declina la nuova “Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità del complemento regionale di sviluppo rurale (Csr) Feasr della Regione Toscana 2023-2027” (di seguito SdC), nelle attività di informazione e comunicazione previste per l’anno 2024. Nel corso del 2024 continueranno anche le attività di comunicazione e informazione dedicate al PSR 2014-2022.

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;
- continuare nelle attività di dialogo con il partenariato.

L’Autorità di gestione, al momento della stesura del presente piano di comunicazione, in mancanza di indicazioni diverse da parte del Masaf (Ministero dell’agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste), ha provveduto ad elaborare la nuova Strategia di comunicazione per la progettazione e realizzazione delle azioni di comunicazione riferibili alla programmazione 2023-2027. Tale Strategia parte, in ogni caso, da quanto condiviso dal Masaf in occasione delle riunioni che si sono tenute nel primo semestre 2023 sul tema della comunicazione e del monitoraggio delle relative azioni. 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, con azioni di coordinamento con la RRN e il Masaf, in fase di definizione.

Tenendo conto della sovrapposizione tra le due programmazioni, si è deciso di impostare (vedi Capitolo 3) un piano di comunicazione annuale 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 2024 si inseriscono nel quadro generale delle strategie di comunicazione della Regione stessa. L'AdG dello Sviluppo rurale Toscana (che ricomprende sia la programmazione 2014-2022 sia quella 2023-2027) predispone il progetto di comunicazione annuale che viene inglobato nel piano generale di comunicazione della Regione Toscana.

Il piano generale per il 2024 è stato approvato con delibera di Giunta n. 91 del 12 febbraio 2024 ("Piano generale della comunicazione per l'anno 2024") 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 dello Sviluppo rurale Toscana 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 dello Sviluppo rurale Toscana così come definiti in linea generale nell'ambito della SdC.

3. Strategia della comunicazione per il 2024

Fatto salvo quanto specificato nella SdC (capitolo 3), che trova applicazione anche nel 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 opportunità dello Sviluppo rurale Toscana. Lo scopo è quello di mettere in luce le 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, con 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 (BP), cui seguiranno nel 2024 le attività di comunicazione e informazione relative alle ulteriori 40 buone prassi già individuate, cui si aggiungono 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 delle BP per rendere i beneficiari dello Sviluppo rurale Toscana i testimonial delle opportunità 2023-2027, rendendo la comunicazione peer-to-peer.

In altre parole, proseguendo nella strada intrapresa negli anni precedenti, la comunicazione diventa l'elemento cruciale dell'impegno della Regione Toscana per il raggiungimento del più alto grado di **trasparenza e semplificazione**, che rimangono gli obiettivi ultimi più importanti per consentire ai target di riferimento un accesso alle opportunità offerte sempre più semplice e comprensibile.

Il 2024 si caratterizzerà, infine, per il consolidamento della nuova linea comunicativa lanciata nel 2023, per rendere il nuovo brand "Sviluppo rurale Toscana" noto e condiviso per tutti i pubblici di riferimento, mantenendo la necessaria continuità tra programmazione 14-22 e 23-27. In questo senso sarà l'attività di storytelling ad aiutare in questa evoluzione, perché, partendo dal racconto del PSR Toscana 14-22 le attività di comunicazione 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.

Le attività 2024 servono, quindi, per fare in modo che il brand **Sviluppo rurale Toscana** diventi:

- trasversale alle programmazioni, anche in futuro;
- trasversale alle opportunità offerte, a prescindere dalla specifica programmazione;
- condiviso e conosciuto dal partenariato e dagli stakeholder, ma anche da tutti i referenti regionali, compresi gli UCI;
- semplice e diretto.

Infine, come per gli anni passati, tutte le attività di comunicazione che saranno implementate nel 2024, sfrutteranno in maniera integrata e sinergica gli strumenti a disposizione. In particolare, il 2024 vedrà la nascita dei nuovi canali social dello Sviluppo rurale Toscana, la cui realizzazione vedrà una progettazione ad hoc.

4. Dettaglio del piano di comunicazione 2024

Il Piano di comunicazione 2024 dello Sviluppo rurale Toscana è in grado di raggiungere gli **obiettivi generali (OG) e specifici (OS)** definiti nella SdC, calandoli nella realtà prevista per l'anno. Tale dettaglio, presentato nella Tabella 1, è utile per comprendere 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 2024

Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Target	Strumenti
1. Migliorare il livello di percezione e conoscenza del CSR Toscana in termini di opportunità offerte e risultati attesi e raggiunti (OG1)	1. Incrementare l'informazione sul CSR (OS1)	cittadini, beneficiari potenziali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> Sito web Social media Newsletter digitale Attività giornalistica Eventi Conferenze stampa Comunicati stampa
	2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del CSR (OS2)	beneficiari potenziali, stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> Sito web Social media Newsletter digitale Attività giornalistica Eventi Workshop/seminari Incontri di partenariato
2. Rafforzare la percezione positiva del ruolo dell'Ue e le possibilità di utilizzo del Feasr (OG2)	1. Incrementare l'informazione sul CSR (OS1)	cittadini, beneficiari potenziali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> Sito web Social media Newsletter digitale Attività giornalistica Eventi Conferenze stampa Comunicati stampa
	2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del CSR (OS2)	beneficiari potenziali, stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> Sito web Social media Newsletter digitale Attività giornalistica

			<ul style="list-style-type: none"> • Eventi • Workshop/seminari • Incontri di partenariato
	<p>3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti CSR (OS3)</p>	<p>cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Brochure informative • Slides esplicative • Conferenze stampa • Comunicati stampa
<p>3. Accorciare la distanza tra istituzioni e società promuovendo la trasparenza, la semplicità di accesso, il dialogo e la partecipazione (OG3)</p>	<p>1. Incrementare l'informazione sul CSR (OS1)</p>	<p>cittadini, beneficiari potenziali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Conferenze stampa • Comunicati stampa
	<p>2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del CSR (OS2)</p>	<p>beneficiari potenziali, stakeholder</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Workshop/seminari • Incontri di partenariato
	<p>3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)</p>	<p>cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Materiali informativi • Conferenze stampa • Comunicati stampa
	<p>4. Consolidare le attività di supporto e assistenza (OS4)</p>	<p>beneficiari attuali, stakeholder, partner istituzionali</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Manuale d'uso del logo • Materiali per una comunicazione coordinata

		<ul style="list-style-type: none"> • Linee guida della comunicazione
5. Aumentare la consapevolezza su esiti e impatto (OS5)	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Conferenze stampa • Comunicati stampa
6. Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)	beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Workshop/seminari • Incontri di partenariato • Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole • Materiali per una comunicazione coordinata • Manuale d'uso del logo • Conferenze stampa • Comunicati stampa
7. Fornire servizi e prodotti con un approccio centrato sul ruolo del cittadino e del partenariato. Coinvolgimento. Rafforzamento del dialogo (citizen centred approach) (OS7)	cittadini, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Workshop/seminari • Incontri di partenariato • Materiali per una comunicazione coordinata • Manuale d'uso del logo • Conferenze stampa • Comunicati stampa

4. Migliorare la conoscenza sui risultati del CSr Toscana e delle politiche dell'Ue (OG4)	1. Incrementare l'informazione sul CSR (OS1)	cittadini, beneficiari potenziali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Conferenze stampa • Comunicati stampa
	3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Materiali informativi • Conferenze stampa • Comunicati stampa
	5. Aumentare la consapevolezza su esiti e impatto (OS5)	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Conferenze stampa • Comunicati stampa
5. Rafforzare la rete di partenariato (OG5)	3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Materiali informativi • Conferenze stampa • Comunicati stampa
	6. Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)	beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Newsletter digitale • Attività giornalistica • Eventi • Workshop/seminari • Incontri di partenariato • Collaborazioni con house organ delle organizzazioni delle aziende agricole • Materiali per una comunicazione coordinata

			<ul style="list-style-type: none"> • Manuale d'uso del logo • Conferenze stampa • Comunicati stampa
6. Migliorare la comunicazione di supporto ai beneficiari attuali (OG6)	<i>4. Consolidare le attività di supporto e assistenza (OS4)</i>	beneficiari attuali, stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media • Manuale d'uso del logo • Materiali per una comunicazione coordinata
7. Semplicità, comprensibilità, familiarità (OG7)	<i>8. Costruire un nuovo sistema identitario del PSR (OS8)</i>	cittadini, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali	<ul style="list-style-type: none"> • Manuale d'uso del logo • Materiali per una comunicazione coordinata
8. Interattività, coinvolgimento, partecipazione, collaborazione, trasparenza (OG8)	<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>	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Social media

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 protagonisti della comunicazione, perché saranno loro a raccontare i progetti e i risultati ottenuti (storytelling);
- beneficiari attuali e potenziali, per le nuove opportunità dello Sviluppo rurale Toscana;
- partenariato;
- cittadini.

A monte delle attività specifiche descritte di seguito si procederà con la realizzazione del manuale di identità visiva e uso del logo dello Sviluppo rurale Toscana in riferimento alla programmazione 23-27.

4.1.1 Strumenti digitali

Sito web

Nel 2024 si procederà con il normale aggiornamento dei due speciali web dedicati alle due programmazioni (fisicamente due URL diverse). Sarà invece più importante l'aggiornamento dello spazio web dedicato ai **Racconti di sviluppo rurale in Toscana** che vedrà l'inserimento di n. 56 nuove schede BP.

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.

Social media

Nel 2024, in parallelo all'attuale attività di comunicazione social tramite i canali della Regione: Facebook, Instagram e YouTube, l'obiettivo è quello di procedere con la progettazione di una strategia di comunicazione dello Sviluppo rurale Toscana con l'obiettivo di aprire dei canali social dedicati, procedendo con la graduale uscita dai canali regionali, in modo da dare maggiore visibilità allo Sviluppo rurale e alle sue attività, di comunicazione e non.

Newsletter digitale

La newsletter, strumento ormai avviato e consolidato, sarà uno degli strumenti di comunicazione protagonisti del 2024, perché sarà necessario, in base ai dati di monitoraggio, rivedere questo strumento che, pur avendo un buon numero di iscritti, negli ultimi mesi ha visto una diminuzione dei click. La newsletter sarà oggetto, quindi, di una riprogettazione editoriale e di un vero e proprio restyling.

4.1.2 Mass media

Informazione su quotidiani e periodici specializzati

Anche nel 2024 continua la collaborazione con gli house organ dei partner di settore individuati, con n. 5 uscite durante l'anno.

Per quanto riguarda, invece, la veicolazione di note stampa, inserti, campagne pubblicitarie, interviste, eccetera verrà effettuata un'apposita progettazione in occasione delle campagne pubblicitarie o nel caso in cui sia necessario veicolare informazioni più approfondite su momenti significativi o tappe importanti dell'attuazione del Fesr in Toscana. A tal fine sarà attivata la collaborazione con l'Agenzia Regionale per l'informazione su progettazioni ad hoc.

Informazione radiofonica e televisiva

Attraverso la collaborazione con l'Agenzia Toscana Notizie e le formule contrattuali convenzionate stipulate dalla medesima, saranno attivate iniziative che prevedono l'uso del mezzo radiofonico a livello regionale e locale per organizzare, a seconda dell'esigenza: spot informativi, passaggi radiofonici e televisivi, partecipazioni a trasmissioni di approfondimento. 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. 56 **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. Sarà valutata, quindi, la veicolazione di questo materiale video.

I video saranno oggetto di attività di divulgazione con i mezzi che si riterranno più opportuni.

Blogger tour

Per dare maggiore risalto ai risultati ottenuti sino ad ora nell'ambito dello Sviluppo rurale Toscana verrà progettato un blogger tour, presumibilmente nel secondo semestre dell'anno.

Collaborazione con il mondo scolastico e dell'istruzione

Durante il 2024 verrà progettata un'attività specifica con gli Istituti tecnici agrari e le facoltà di agraria/forestale. Tale attività, che entrerà nel vivo nell'anno scolastico 2024/2025, verrà impostata nel corso del primo semestre dell'anno.

4.1.3 Eventi

Saranno organizzati, nel corso del 2024, eventi di diverso tipo e attività di animazione territoriale in base alle esigenze che emergeranno nel corso dell'anno. Anche per gli eventi, compresa l'eventuale partecipazione a fiere e manifestazioni di settore, verrà effettuata una progettazione ad hoc. L'AdG parteciperà anche agli eventi plurifondo così come saranno concordati con le altre AdG di Fse+, Fesr e Feampa, nonché agli eventi, sempre plurifondo, organizzati nell'ambito dell'iniziativa GiovaniSi.

Ogni evento previsto nel corso del 2024 sarà opportunamente progettato in base alle necessità legate al normale andamento della programmazione e a eventuali picchi informativi, di volta in volta.

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

Se ritenuto opportuno saranno realizzati dei gadget da distribuire in occasione degli eventi.

4.1.4 Prodotti editoriali propri

Oltre all'eventuale realizzazione di flyer dedicati ad argomenti specifici per coprire le esigenze legate agli eventi (ad esempio, flyer dedicati alle opportunità per i giovani o per le donne, ecc.), nel corso del 2024 saranno progettate e realizzate due brochure informative:

- 1) Brochure dedicata alla presentazione del CSR 2023-2027 per presentare la nuova programmazione e gli interventi previsti nell'ambito dello Sviluppo rurale Toscana;
- 2) Brochure dedicata alla comunicazione dei risultati della programmazione 2014-2022: i risultati saranno presentati attraverso la descrizione delle buone prassi rilevate fino ad ora, per un totale di 96 BP che verranno presentate in una sorta di catalogo.

Si ricorda che, in linea generale, 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.

Si valuterà la produzione anche di infografiche informative da utilizzare come strumento di divulgazione prettamente digitale, sia per il sito web che per eventuali social card da pubblicare nei profili social.

Verrà prodotto, inoltre, il manuale di immagine coordinata e, in base alle indicazioni del Masaf, i prodotti necessari al **supporto per le attività di comunicazione dei beneficiari** (manuale di informazione e comunicazione, targhe esplicative, ecc.).

4.1.5 Campagne pubblicitarie

Nel 2023 è prevista la realizzazione di diverse campagne pubblicitarie:

- n. 1 campagna di lancio della nuova programmazione 2023-2027 e delle relative opportunità in concomitanza con l'uscita dei bandi;
- n. 1 campagna BP, che, dopo la prima campagna realizzata negli ultimi mesi del 2023 di lancio dei racconti dello sviluppo rurale in Toscana, avrà come obiettivo quello di consolidare nella memoria collettiva le storie dei beneficiari e, di conseguenza, i risultati della programmazione 2024-2022 (alla campagna sarà dedicata una progettazione ad hoc, compreso il timing). Questa seconda campagna avrà anche il duplice obiettivo di prevedere una vera e propria call to action per spingere a conoscere le nuove opportunità;
- 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.

4.1.6 Partenariato e RRN

Nel 2024, come già avvenuto negli anni precedenti, continuano le attività dedicate al partenariato istituzionale e agli stakeholder economici e sociali, associazioni del settore, ecc., oltre alla partecipazione alle iniziative della RRN che prevede una collaborazione attiva per le attività di comunicazione e informazione.

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” -, pubblicazione dei documenti del Comitato di sorveglianza e di monitoraggio nei due speciali web del PSR Toscana 2014-2022 e del CSR Toscana 2023-2027, con area pubblica e apposita area riservata - accesso ai soli membri del Comitato con user name e password).

5. Monitoraggio e valutazione

Le attività di monitoraggio previste per il 2024 saranno implementate come da Piano di monitoraggio.

L'obiettivo di queste attività è 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 eventuali aggiustamenti, correzioni o rafforzamenti delle attività di informazione e comunicazione.

In particolare, nei primi mesi del 2024 verrà presentato il report relativo all'indagine qualitativa sulle attività di comunicazione in generale e sulla campagna dedicata ai risultati del PSR Toscana 2014-2022 che si è svolta nel mese di novembre 2023. L'indagine in questiona fa parte di un ciclo di rilevazioni qualitative sulle attività di comunicazione che è stato avviato nel 2020, con un questionario online, per poi essere oggetto di successivi approfondimenti che hanno fornito all'AdG baseline conoscitiva necessaria per impostare la SdC. L'attività viene condotta dall'AdG in stretta collaborazione con Iripet (Istituto regionale programmazione economica della Toscana). I risultati dell'indagine saranno utili per impostare nel migliore dei modi tutte le attività di comunicazione previste per il 2024.

Alle attività di monitoraggio qualitativo, si aggiungono quelle di monitoraggio quantitativo delle iniziative di comunicazione e informazione che vengono effettuate di norma ogni 6 mesi.

6. Budget 2024

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 2024

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

Legenda:

Caselle grigie: attività preparatoria

Caselle blu: rilascio servizio/prodotto

Firenze, febbraio 2024