



UNIONE EUROPEA
FONDO EUROPEO AGRICOLO
PER LO SVILUPPO RURALE:
l'Europa investe nelle zone rurali



Regione Umbria
Giunta Regionale

Comitato di sorveglianza del PSR Umbria 2014/2020 16 giugno 2021

Punto 3 o.d.g.

Piano di Comunicazione del PSR Umbria 2014/2020 Aggiornamento

**PROGRAMMA DI
SVILUPPO RURALE
PER L'UMBRIA**

**2014
2020**





PREMESSA:

Le attività di comunicazione del PSR Umbria 2014-2020 previste dalla strategia di comunicazione e pubblicità del Programma, ~~come~~ approvate dal Comitato di Sorveglianza, sono schematicamente le seguenti:

Strumenti	Canali	Target	Attività
Comunicazione tradizionale e strumenti pubblicitari	<ul style="list-style-type: none">✓ Incontri tecnici Seminari e convegni✓ Punti informativi✓ Carta stampata✓ Comunicati stampa TV e radio	<ul style="list-style-type: none">Tecnici del settorePotenziali beneficiariGrande pubblicoPartenariato	<ul style="list-style-type: none">Formazione/informazione ai tecnici esterni e interniConvegni pubbliciDivulgazione/informazioniPubblicazione rivista regionale sviluppo rurale(Umbria Agricoltura)Opuscoli informativiComunicati stampa e spot informativi inserti su organi distampa
Comunicazione online	<ul style="list-style-type: none">✓ Sito istituzionale Regione Umbria area tematica Agricoltura e Sviluppo rurale✓ Sito internet www.umbriagricoltura.it✓ Canale Youtube Comunicazioneepsrumbria✓ Pagina Facebook @Umbria Agricoltura✓ Pagina Instagram umbria_agricoltura	<ul style="list-style-type: none">Tecnici del settorePotenziali beneficiariGrande pubblicoPartenariato	<ul style="list-style-type: none">Aggiornamenti continuo del sito istituzionalePubblicazione bandiRisposte alle FAQPubblicazione notizie e informazioni nel sito umbriagricoltura.itPubblicazione di almeno 2 post settimanali nella paginaFacebook e risposte alle richieste di informazioniPubblicazione nel canale Youtube di video delle iniziative di informazione del PSRAlimentazione della pagina Angolo di campo



Il piano delle attività di comunicazione mira a coinvolgere l'opinione pubblica e gli stakeholder allo scopo di informare sugli effetti che l'intervento del FEASR ha nella crescita del tessuto socio economico regionale, sulle buone pratiche e sulle opportunità offerte dal PSR e nello stesso tempo costantemente aggiornare sullo stato di attuazione dello stesso.

Di seguito verranno rendicontate le attività di informazione e pubblicità attuate nella prima metà di questo anno e fornite indicazioni sulle attività previste per la restante parte dell'anno 2021.

Attività realizzate nel primo semestre 2021

L'emergenza sanitaria legata al COVID-19 ha pesantemente condizionato l'attività di comunicazione del PSR Umbria 2014/2020 già nella prima metà dell'anno; la necessità di distanziamento sociale, l'annullamento e/o rinvio delle manifestazioni pubbliche hanno, giocoforza, indirizzato l'attività verso un uso pressoché esclusivo di strumenti di comunicazione online o comunque tali da consentire di raggiungere e tenere costantemente aggiornate numeri molto elevati di persone senza la necessità di contatti diretti con il pubblico. a scapito di quelli di comunicazione tradizionale.

Di seguito si riporta l'elenco delle attività realizzate:

a) Sito web istituzionale della Regione

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Informare sui bandi, sullo stato di attuazione del programma e sullo stato di avanzamento degli interventi del PSR.	Attività di aggiornamento delle pagine web dell'area tematica Agricoltura e Sviluppo rurale (www.regione.umbria.it/psr).	n. 81 contenuti inseriti. Potenziamento area FAQ.	Da gennaio 2021 n. 3.854 utenti unici e n. 6.952 visualizzazioni.
Partenariato				
Beneficiari potenziali ed effettivi				



b) Sito www.umbriagricoltura.it

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Informazione sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo della Regione e sulle buone pratiche legate al PSR. Informare sui bandi, sullo stato di attuazione e sullo stato di avanzamento degli interventi del PSR.	Costante attività di alimentazione di informazioni, aggiornamento delle pagine del sito www.umbriagricoltura.it . Le attività hanno, tra l'altro, consentito di raggiungere 1.258 visualizzazioni della sezione BANDI, 382 visualizzazioni della sezione storie di PSR, 1.002 visualizzazioni della sezione Angolo di campo.	n. 185 contenuti pubblicati.	Da gennaio 2021 n. 7.385 nuovi utenti con 18.846 visualizzazioni.
Partenariato				
Beneficiari potenziali ed effettivi				

c) Pagina Facebook @Umbria Agricoltura

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo della Regione e sulle buone pratiche legate al PSR. Informare sui bandi, sullo stato di attuazione e sullo stato di avanzamento degli interventi del PSR.	Gli utenti attivi sono 4.840 circa. In maggioranza di sesso maschile. Ogni contenuto pubblicato (post, foto, video) ha una distribuzione media sul canale che raggiunge circa 1.700 utenti. A questi vanno aggiunti gli utenti che aprono le Stories (ovvero i contenuti – video/immagini verticali delle durata di 15 secondi – che vengono ricondivisi dalla piattaforma Instagram) le cui visualizzazioni sono giornaliere non vengono conteggiate in negli insights ma generano comunque molto traffico sul canale	n. 148 contenuti originali cui vanno aggiunte le Stories (non conteggiabili in quanto contenuto che si distrugge automaticamente dopo 24 ore).	n. 4.840 utenti unici con un incremento di 640 da gennaio ad oggi. Reach totale 407.000 utenti unici.



d) Pagina Instagram Umbria_agricoltura

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo della Regione e sulle buone pratiche legate al PSR. Informare sui bandi, sullo stato di attuazione e sullo stato di avanzamento degli interventi del PSR.	Il canale conta di 400 contenuti complessivi Il 76% degli utenti ha un'età compresa tra i 35 e i 54 anni, il 53% è di sesso maschile e il 46% femminile. Attività da gennaio 2021 a giugno 2021 Follower iniziali: 1652 circa (gennaio) Follower attuali: oltre 1.950 (marzo) Crescita: +300 utenti. L'account Instagram raggiunge in media 15mila utenti settimanali, generando circa 500 impressions giornaliere	n.: 40 (Post e Stories) pubblicati	n. 1.940 follower con un incremento di 354 utenti da gennaio ad oggi.

e) Canale Youtube

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere Informazione sui bandi, sulle opportunità e sullo stato di attuazione del PSR.	Alimentazione del canale Youtube Comunicazione PSR Umbria 2014-2020 con eventi legati al PSR.	n. 5 contenuti pubblicati	n. 137 visualizzazioni e 2.584 impression.



f) Angolo di campo

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo rurale della Regione Umbria e sulle buone pratiche legate al PSR con particolare riguardo alle fasce più giovanili dell'opinione pubblica.	Ancora in corso di realizzazione, la nuova edizione del Contest fotografico Instagram "Angolo di Campo", sta registrando numeri in linea con la precedente edizione in termini di partecipanti (circa 40 a due set mane dalla chiusura delle iscrizioni con oltre 200 foto inviate) nonostante le difficoltà e le forti limitazioni di movimento causate dalle restrizioni ex Covid-19.	N.D.	N.D.
Beneficiari effettivi e potenziali				

g) I Numeri del PSR

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Informare sui principali risultati del programma e sullo stato di avanzamento del PSR sia in termini procedurali che finanziari per promuovere maggiore consapevolezza.	Aggiornamento nel sito www.umbriagricoltura.it , raggiungibile con link dalla pagina www.regione.umbria.it/psr . La frequenza di aggiornamento è legata alla emissione di Decreti di pagamento da parte di AGEA-OP. La pagina consente al cittadino di conoscere nel dettaglio il grado di avanzamento degli impegni e della spesa attraverso rappresentazioni grafiche ispirate alle ultime tecniche del data journalism.	Realizzazione, inserimento e aggiornamento della pagina legata alla frequenza dei decreti di pagamento AGEA	Da gennaio 2021n. 360 visualizzazioni.
Partenariato				
Beneficiari potenziali ed effettivi				



h) Partecipazione alla vetrina virtuale di Salone del gusto -Terra madre 2020

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo rurale della Regione Umbria e sulle buone pratiche legate al PSR utilizzando le ultime tecniche dello storytelling.	Nei mesi di marzo e aprile 2021 l'ADG ha partecipato alla vetrina virtuale Terra madre Salone del gusto con la creazione di una pagina nella quale tra l'altro sono stati inseriti n. 6 video, appositamente prodotti, miranti a pubblicizzare il sostegno del PSR Umbria alle produzioni dei presidi Slow food dell'Umbria e contestualmente a promuovere il territorio e i prodotti di qualità della Regione. Lo stesso materiale è stato diffuso nella pagina Facebook e nel canale Youtube. I prodotti realizzati sono poi andati a costituire la nuova sezione del sito www.umbriagricoltura.it Alle radici del gusto - Umbria Agricoltura (umbriagricoltura.it)	n. 6 nuovi video realizzati ed inseriti.	Da gennaio 2021 n. 1.012 visualizzazioni.
Partenariato				
Beneficiari potenziali-effettivi				

i) Redazionali su riviste e pubblicazioni

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo rurale della Regione Umbria, sulle buone pratiche e sullo stato di attuazione del Programma.	Inserzione redazionale nel periodico Umbria 7 giorni. Periodico leader in Umbria con 273.000 lettori, pari ad 1/4 della popolazione adulta nella regione. Viene distribuito capillarmente in tutte le edicole dell'Umbria ed in abbonamento postale attraverso Poste Italiane Spa in 5900 famiglie umbre, in 1250 bar dell'Umbria, in migliaia di studi medici e specialistici dell'Umbria e presso le principali istituzioni dell'Umbria, Istituzioni, Associazioni di categoria.	n. 1 uscite	Pubblico raggiunto 270.000



j) Rural4University

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Beneficiari e studenti	Diffondere informazioni sul contributo del FEASR allo sviluppo rurale della Regione Umbria, sulle buone pratiche per dare concretezza e sostegno ai fabbisogni di formazione specifica e informazione nel settore biologico e di far conoscere buone pratiche aziendali, esperienze di successo e sistemi territoriali innovativi.	<p>L'Autorità di gestione del PSR Umbria 2014/2020 - Dipartimento Scienze Agrarie Alimentari e Ambientali DSA3 hanno aderito all'edizione 2020 di Rural4University https://www.reterurale.it/rural4learning. Il progetto, promosso dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali ed attuato dalla Rete rurale nazionale, prevede uno scambio di esperienze tra studenti sul tema dell'agricoltura e dell'innovazione. Il format proposto per l'attuazione dell'iniziativa comprende tre fasi di attività:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. RuraLearn – Formazione in presenza e online, con un taglio pratico, fatto di analisi, esercizi, confronti e scambi sulla PAC dopo il 2020, insieme alle persone che seguono il dibattito a livello comunitario. 2. RuralCamp - Esperienza sul campo: study tour con visite aziendali, incontri con esponenti del mondo imprenditoriale, economico ed istituzionale locale, brainstorming, focus group e produzione di elaborati multimediali. 3. RuraLab – Laboratorio d'impresa per stimolare le idee, lo scambio di esperienze e la cultura d'impresa e per favorire l'orientamento alle nuove professioni. Sul nostro territorio, l'iniziativa coinvolge gli studenti del Dipartimento Scienze Agrarie Alimentari e Ambientali DSA3 (studenti del III anno della laurea triennale e del I anno della laurea magistrale) che, in concomitanza con i moduli di formazione in presenza e online. Nella seconda metà del mese di agosto 2021, 	<p>Coinvolgimento di 85 studenti. Organizzazione di n. 2 seminari di RuraLearn. Organizzazione del RuralCamp (fine agosto 2021)</p>	<p>85 studenti umbri con RuraLearn e 10 con RuralCamp.</p>



Regione Umbria



		<p>compatibilmente con l'evolversi dell'emergenza sanitaria, si terrà in Umbria, poiché la proposta della nostra Regione è stata ritenuta preferibile a quella di altre, il RuralCamp: esperienza sul campo che in origine prevedeva una durata di una settimana con la partecipazione di 70 persone (50 studenti, 10 docenti, 10 referenti istituzionali) provenienti da tutta Italia impegnati in attività di tutoraggio sul campo, incontri, study visit presso le aziende agricole, esercitazioni. Ma causa l'emergenza sanitaria COVID-19 il format ha subito sostanziali modifiche: non un solo Camp nazionale, ma 2 territoriali, uno per le regioni del Centro-Nord (Umbria, Emilia Romagna, Puglia, Friuli V.G., Lombardia, Piemonte) ed uno per quelle del Sud. Durata ridotta a 3 giorni. L'edizione per il Centro-Nord prevede tra l'altro 5 visite aziendali oltre a contatti e scambi di esperienze tra studenti e numerosi giovani imprenditori agricoli della Regione. Gli aspetti logistici, le cui spese saranno a carico della RRN, saranno gestiti dall'ADG del PSR Umbria. L'organizzazione dell'evento è ormai definita nei dettagli, resta anche in questo caso un margine di aleatorietà legato alle vicende COVID-19.</p>		
--	--	--	--	--



Previsione attività secondo semestre 2021

Fermi restando gli obiettivi del Piano di comunicazione e i relativi target da raggiungere, si formula la seguente previsione delle attività di comunicazione per il prossimo periodo giugno 2021 – giugno 2022 pur tenendo in conto l'incertezza intorno agli sviluppi dell'emergenza sanitaria Covid 19.

Nella previsione che gli effetti della pandemia si faranno sentire ancora per diverso tempo si ritiene puntare a rafforzare strumenti di comunicazione che non prevedano la necessità di contatti diretti: strumenti di comunicazione online, mass media tradizionali (Stampa, tv, radio, pubblicazioni)

a) COMUNICAZIONE ONLINE

Come già premesso la comunicazione istituzionale sui social network, in momenti di emergenza ha un ruolo chiave consentendo la capillare diffusione di informazioni che contribuiscono a tenere costantemente aggiornate numeri molto elevati di persone. I dati dei risultati finora raggiunti lo stanno a dimostrare:

➤ Angolo di campo 2022

“#AngoloDiCampo, un altro modo di raccontare l'agricoltura”, contest fotografico organizzato dall'ADG del PSR Umbria 2014/2020 all'interno delle attività di promozione dei canali social di Umbria Agricoltura, la rivista che si occupa della pubblicità delle politiche agricole regionali e comunitarie.

Il contest è nato con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio ambientale e agricolo in tutte le sue specificità, promosso e salvaguardato dal Programma di sviluppo rurale 2014-2020 e contestualmente con l'obiettivo di avvicinare alla comunicazione istituzionale tutti quei soggetti che operano direttamente in agricoltura e nel mondo rurale o che hanno sviluppato rapporti formali e informali con l'agricoltura o che hanno intrapreso percorsi educativi orientati all'agricoltura e al rurale. Si tratta in generale di persone e gruppi interessati a vario titolo all'agricoltura e che sono a tutti gli effetti soggetti “potenziali” beneficiari di specifiche misure del PSR. Il successo delle precedenti edizioni ha mostrato un positivo “effetto collaterale”: l'avvicinamento di un notevole numero di giovani instagrammer alle tematiche dell'agricoltura e più in generale dello sviluppo rurale.

Si prevede di replicare anche il format delle mostre fotografiche da realizzare nella fase finale del contest. Il format della mostra, con il relativo punto informativo, rappresenta uno strumento utile per la somministrazione al grande pubblico di questionari di vario genere

Pertanto si prevede di avviare la raccolta degli

scatti il 21/03/2022 e chiuderla il 30/06/2022 e la realizzazione dell'evento finale (mostra fotografica) nella seconda metà dell'estate 2022.

➤ Storie di PSR

l'area del sito www.umbriagricoltura.it che ospita testimonianze dirette di beneficiari del PSR e altre informazioni sulle opportunità e le buone pratiche del PSR. Lo stesso materiale viene diffuso nella pagina Facebook @Umbria Agricoltura e nel canale Youtube dello sviluppo rurale. La pandemia ha notevolmente frenato lo sviluppo di contenuti per la pagina. E' appena stata avviata la procedura per l'acquisto di servizi di service video e produzioni



Regione Umbria



filmografiche necessaria alla individuazione dell'operatore economico cui affidare, tra le altre, l'attività di produzione di nuove storie di PSR con i beneficiari del PSR che racconteranno il "loro PSR". La pagina relativa alle storie del PSR dell'Umbria è ormai da tempo posizionata al primo posto della pagina di ricerca di Google.

➤ **I numeri del PSR:**

Area del sito www.umbriagricoltura.it dove puntualmente, con l'obiettivo di informare sui principali risultati del programma e sullo stato di avanzamento del PSR continueranno ad essere aggiornati i dati relativi agli impegni ed ai pagamenti realizzati dal PSR.

➤ **I beneficiari del PSR:**

Obiettivo di questa area del sito www.umbriagricoltura.it è quello di fornire, con aggiornamenti trimestrali, una trasparente informazione circa i fruitori degli interventi del PSR.

➤ **Pagina Facebook @Umbria Agricoltura:**

Il costante aggiornamento dei contenuti della pagina consente di diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo della Regione e sulle buone pratiche legate al PSR. Informare sui bandi, sullo stato di attuazione e sullo stato di avanzamento degli interventi del PSR. L'appeal della pagina è dimostrato dai dati più sopra riportati. Obiettivo dell'attività per l'anno 2022 è quello di raggiungere almeno 5.500 utenti unici.

➤ **Pagina Instagram umbria_agricoltura:**

Al momento il prodotto di punta e traino della pagina, con i numeri sopra rendicontati, è rappresentato dalle attività collegate al contest #Angolodicampo che come detto sarà riproposto anche nel 2022. Instagram – insieme a Facebook – è uno dei social network più utilizzati al mondo. Conta oltre 1 miliardo di utenti attivi al mese, in Italia sono oltre 20 milioni. Grazie alla sua ampia varietà di funzioni disponibili può raggiungere un alto livello di interazione con gli utenti, superiore a tutti gli altri social esistenti. L'elevato livello di penetrazione e coinvolgimento di questo social dovrà portarlo ad essere lo strumento di elezione per la divulgazione delle informazioni riguardanti le opportunità offerte dal PSR, in particolare sui bandi del PSR. Questo anche in vista della nuova programmazione dello sviluppo rurale.

➤ **Fattore produttivo:**

Format televisivo di n. 6 puntate da trasmettere sulle 3 maggiori emittenti televisive regionali con lo scopo di fare conoscere, attraverso l'utilizzo delle tecniche di storytelling, le buone pratiche e le opportunità del PSR Umbria. L'attività è ferma alla fase progettuale in attesa dell'esito della procedura per l'acquisto di servizi di service video e produzioni filmografiche necessaria alla individuazione dell'operatore economico cui affidare, tra le altre, l'attività di produzione dei video per il format. Format che dopo valutazione dell'esito in termini di audience delle prime 6 puntate potrà eventualmente essere replicato.



➤ Punti informativi

Compatibilmente con gli esiti dell'emergenza sanitaria si ritiene necessario riprendere l'attività di informazione sulle attività del PSR Umbria presso idonei punti informativi realizzati in occasione di manifestazioni di rilevanza in ambito regionale. Già nel corso del 2021 è prevista la presenza dell'ADG alle manifestazioni Agriumbria 2021 (Settembre) e Eurochocolate (Ottobre). Nel corso del 2022 si stima di realizzare punti informativi in occasione di almeno 8 manifestazioni.

➤ Seminari e convegni

Compatibilmente con gli esiti dell'emergenza sanitaria si ritiene necessario riprendere l'attività di diffusione di messaggi specifici al grande pubblico, ai beneficiari, agli stakeholder attraverso la realizzazione di incontri seminariali o convegni già a partire dal prossimo autunno. Pertanto si stima di potere realizzare almeno 4 incontri seminariali o convegni nel corso del 2021 e almeno 10 nel corso del 2022.

➤ Carta stampata, radio e TV

Nel periodo fino a giugno 2020 si prevede di realizzare almeno 2 uscite della pubblicazione informativa del PSR Umbria Agricoltura, con la quale l'opinione pubblica e gli operatori del settore vengono aggiornati sullo stato di avanzamento del Programma, viene spedita all'indirizzario della rivista Umbria Agricoltura, raggiungendo 13.500 aziende agricole e agroalimentari, istituzioni e scuole umbre e distribuita in 2.000 copie con accesso diretto presso gli uffici dell'Adg.

Inoltre si prevede di realizzare almeno 6 inserzioni redazionali su riviste, specialistiche e non, di grande diffusione per informare sullo stato di attuazione del programma o far conoscere gli interventi e le buone pratiche del PSR. Infine, grazie alla collaborazione con la redazione della struttura regionale Umbria notizie e la struttura di supporto dell'Assessorato, l'informazione relativa allo Sviluppo rurale potrà essere veicolata tramite le radio, le televisioni e la carta stampata attraverso comunicati e conferenze stampa.

Per la realizzazione delle suddette attività si farà ricorso ai servizi di operatori economici con i quali sono stati sottoscritti n. 3 appositi contratti a seguito dell'espletamento di procedure di gara con le modalità previste dal D.Lgs. n. 50/2016.

Attività di informazione e pubblicità Giugno 2021 – Giugno 2022 **Previsione di spesa**

Attività	Spesa (euro)
Informazione	280.000,00
Pubblicità	75.000,00
TOTALE	355.000,00