REGIONE PUGLIA

PSR PUGLIA 2014 - 2020
COLTIVIAMO IDEE RACCOGLIAMO FUTURO

Comitato di Sorveglianza PSR Puglia 2014-2020

20 giugno 2017

REGIONE PUGLIA

PSR PUGLIA 2014 - 2020
COLTIVIAMO IDEE RACCOGLIAMO FUTURO

Piano di Comunicazione Annualità 2017

ai sensi del Regolamento 1305/2013 del 17 dicembre 2013 e
al Regolamento (UE) 808/2014 (art. 13, allegato III) del 17 luglio 2014

approvato con DGR 622 del 02/5/2017

BRAND IMAGE	**Finalità**	**Avere materiale promozionale e informativo che consolidi l'immediato riconoscimento del programma, delle sue attività e dei suoi obiettivi.**
	Strumenti	**In attuazione dell'immagine coordinata ideata nel 2016 si procederà alla stampa in quadricromia di materiale di informazione e gadget** **-cartelline personalizzate con alette fustellate** **-block notes A4 personalizzati a righe** **-altri materiali informativi: manifesti e flyer per convegni/seminari** **-gadget:** **○ penne USB (personalizzazione grafica e di contenuto con file multimediale della guida)** **○ penne ad inchiostro personalizzate/matite** **○ adesivi** **○ calendario personalizzato** **○ cartoline** **○ shopper personalizzate in tela** **○ cappelli, t-shirt**
	Target	**Pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, stakeholder**
	Budget	**€ 15.000,00**
	Modalità attuative	**Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs. 50/2016**

COMUNICAZIONE DIGITALE	**Finalità**	**Facilità di accesso alle informazioni; migliore diffusione della documentazione (bandi, determine, graduatorie, notizie, etc); personalizzazione dei messaggi in funzione delle specifiche esigenze e caratteristiche dei target**
	Strumenti	**Sito web** **-piano di digital marketing** **-ingegnerizzazione del sito: programmazione, sviluppo e ottimizzazione per dispositivi mobili** **-popolamento del sito: inserimento di contenuti e aggiornamento quotidiano del sito**
		Social network **-gestione e aggiornamento quotidiano dei canali social attraverso la gestione del calendario editoriale, inteso come insieme dei contenuti da veicolare sui Social Network, gestito secondo due modalità:** **○ elaborazione e inserimento manuale dei contenuti ('post') sulla base delle specifiche e contingenti esigenze del momento** **○ pianificazione programmata del palinsesto editoriale, derivante dalla programmazione concertata con le varie strutture coinvolte nei processi di comunicazione del POR Puglia. gestione, aggiornamento e monitoraggio quotidiano dei canali social** **-monitoraggio dei canali strumenti social attraverso specifici strumenti software in grado di acquisire, elaborare e generare reportistica e informazioni utili per implementare il palinsesto editoriale**
	Target	**Tutti**
	Budget	**€ 10.000,00**
	Modalità attuative	**Procedure di affidamento ai sensi del D. lgs. 50/2016** **Personale interno**

CAMPAGNA DI PROMOZIONE	**Finalità**	**È finalizzata all'attività di informazione generale per comunicare le opportunità di utilizzo del PSR e i vantaggi concreti generati. Dà visibilità immediata ed efficace alla Programmazione, con una esposizione ampia e capillare sui media, sì da raggiungere il più ampio pubblico possibile su tutto il territorio, coinvolgendo più tipologie di destinatari.**
	Strumenti	**- Concorso fotografico per realizzare una banca dati sul tema della realtà rurale, per cogliere i mille volti del mondo agricolo, da poter utilizzare in occasione di tutte le attività/strumenti/eventi di comunicazione del PSR e da valorizzare anche con azioni di comunicazione e materiale promozionale ad hoc** **- video con la tecnica della storytelling che mettano in luce l'impatto degli interventi realizzati da rendere disponibile sul sito e presentare ad ogni evento** **- spot radio - inserzioni pubblicitarie per emittenti radiofoniche regionali e locali format da 30''/15'', da pianificare mediante un'attenta attività di media planning basata su ascoltatori individuati** **- publiredazionali - inserzioni pubblicitarie per stampa regionale e locale** **- cartellonistica (affissioni manifesti) nei punti d'ingresso e di maggior transito turistico (porti, aeroporti e ferrovie)** **- studio ed attuazione di tecniche e modalità di promozione del PSR attraverso la valorizzazione dei prodotti di qualità**
	Target	**Pubblico (cittadini, turisti), media**
	Budget	**€ 100.000,00**
	Modalità attuative	**Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs 50/2016** **Personale interno**

PUBLIC RELATION	**Finalità**	**Rafforza il rapporto tra destinatari e attuatore del Programma, crea vicinanza e fidelizza i destinatari e i beneficiari, potenziali ed effettivi.**
	Strumenti	**- Attivazione dello sportello informativo (local point sede Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale)** **- attivazione del digital point e servizio mailing** **- newsletters periodiche** **- interazione con UE, Rete Rurale Europea e Rete Rurale Nazionale** **- redazione di comunicati stampa (da inviare ai media regionali e locali: giornali, riviste, TV e radio)**
COMITATO DI SORVEGLIANZA	**Finalità**	**Valuta l'attuazione del PSR e i progressi compiuti. Esprime pareri su eventuali modifiche. Esamina tutti gli aspetti che incidono sull'efficacia del programma**
	Strumenti	**- riunioni periodiche**
	Target	**Beneficiari (reali e potenziali), stakeholders, altre amministrazioni**
	Budget	**€ 20.000,00**
	Modalità attuative	**Personale interno per Public relation** **Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs 50/2016 per le spese di funzionamento e di Segreteria del CDS**

INFORMAZIONE, FORMAZIONE E ANIMAZIONE	**Finalità**	**Rafforzare il messaggio da veicolare ai destinatari, sulla base di una maggiore personalizzazione degli strumenti di comunicazione.**
	Strumenti	- Animazione territoriale: road show itinerante in relazione ai bandi in uscita - seminari per la formazione interna presso le sedi provinciali (in presenza e in videoconferenza) - seminari di approfondimento sulle Misure, in relazione ai bandi in uscita (n. 2) - workshop tematici in relazione ai bandi in uscita (n.2)
	Target	Beneficiari potenziali, personale struttura interna
	Strumenti	- Partecipazione ad eventi organizzati da terzi: Fiera internazionale dell'agricoltura di Foggia – giornata nazionale della biodiversità - evento best practice in cui dare visibilità e raccontare le esperienze italiane ed europee di particolare spicco
	Target	Pubblico, beneficiari potenziali
	Strumenti	- Partecipazione all'81^ edizione della Fiera del Levante con eventi e approfondimenti tematici - Azioni pilota con Rete Rurale nell'ambito del progetto Rural4Learning: 1. Rural4Istruzione superiore: Progettazione, di percorsi formativi, che prevedono study visit giornaliere presso realtà produttive e aziendali, finalizzati ad avvicinare il sistema scolastico al mondo del lavoro, ad offrire agli studenti concrete esperienze di alternanza scuola lavoro in linea con la L. 13/07/15 (La Buona Scuola) e a valorizzare l'impegno e la progettualità di chi opera e lavora in agricoltura. 2. Rural4Istruzione universitaria: Realizzazione di un'iniziativa pilota su temi d'interesse connessi allo sviluppo rurale (agricoltura sostenibile, agricoltura biologica, innovazione in ambito agricolo e rurale) per a)proporre agli studenti e ai docenti universitari il format Rural4learning che prevede formazione online, esperienza sul campo (visite aziendali e incontri con portatori d'interesse), laboratorio (studio e analisi critica di uno o più casi studio e creazione di una video-lezione per altri discenti) e consulenza aziendale; b)adattare il metodo e gli strumenti alle specifiche esigenze dei beneficiari e c)creare un modello di formazione replicabile a livello regionale.
	Target	Pubblico (studenti universitari e degli istituti tecnici)
	Budget	€ 250.000,00
	Modalità attuative	Personale interno Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs. 50/2016 per l' acquisizione di beni, servizi e forniture

CUSTOMER SATISFACTION	Finalità	Valuta l'efficacia, l'efficienza e l'adeguatezza degli strumenti utilizzati sì da migliorare il servizio nel corso dell'attuazione del PSR
	Strumenti	Questionario di customer satisfaction da somministrare e elaborazione dati di rilevazione gradimento desunti dal sito istituzionale
	Target	Beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, stakeholder
	Budget	€ 5.000,00
	Modalità attuative	Personale interno

IL BUDGET

Attività	Costo (€)
1. Brand image	15.000,00
1. Comunicazione digitale	10.000,00
1. Campagna di promozione	100.000,00
1. Public relation	20.000,00
1. Informazione, formazione e animazione	250.000,00
1. Customer Satisfaction	5.000,00
Totale	400.000,00
IVA (22%)	88.000,00
Totale complessivo	488.000,00