

PIANO DI COMUNICAZIONE

del Complemento per lo Sviluppo Rurale del Piano Strategico Nazionale della PAC 2023-2027 della Regione Lombardia (CSR)

ANNO 2025

1 Premessa strategica

Il Regolamento (UE) 2021/2115 attribuisce alla informazione e pubblicità un ruolo importante. Dando seguito anche a quanto indicato dal Regolamento di esecuzione (UE) 2022/129, che all'allegato III fornisce specifiche indicazioni sui requisiti in materia di informazione, pubblicità e visibilità, il Dipartimento della Sovranità Alimentare e dell'Ippica del Ministero dell'agricoltura delle sovranità alimentare e delle foreste, con decreto trasmesso con prot. Interno n. 0270818 in data 16 giugno 2025, ha istituito il Comitato di Indirizzo Strategico della Comunicazione (CISC), con il compito di definire e coordinare le linee strategiche di comunicazione del Piano Strategico Nazionale per la PAC 2023–2027. Contestualmente, è stata richiesta alle Autorità di Gestione Regionali la designazione di un proprio rappresentante all'interno del suddetto comitato.

Regione Lombardia ha ottemperato a tale richiesta con il decreto n. 9588 del 07 luglio 2025, nominando il Dirigente pro tempore della U.O. "Sviluppo innovazione e promozione delle produzioni e del territorio" quale rappresentante dell'Autorità di Gestione Regionale nell'ambito del CISC.

La Direzione Agricoltura, Sovranità Alimentare e Foreste, collocandosi in modo integrato all'interno della strategia di posizionamento unitaria di Regione Lombardia, sintetizzata nel payoff "*Lombardia. Qui puoi.*" e caratterizzata da un univoco linguaggio di comunicazione, delinea i propri **obiettivi specifici in perfetta coerenza comunicativa**, con un piano di comunicazione che mette in evidenza i punti di eccellenza dell'agricoltura lombarda.

Il Modello di storytelling a supporto del piano prosegue nel dare vita ad una narrazione contemporanea e stimolante dell'agricoltura, orientata ad incentivare il coinvolgimento e generare emozioni positive verso il settore, diventando un punto di riferimento a livello nazionale, senza nascondere le sfide affrontate, con un approccio basato sulla verità e quindi credibilità delle testimonianze (Contratto di Trasparenza con il Pubblico). Scegliamo **un tono di voce** mai presuntuoso, ma equilibrato e genuino. Forniamo un palcoscenico agli agricoltori e ai professionisti del settore, consentendo loro di descrivere le loro esperienze e i loro progetti in modo convincente e motivante. La loro **testimonianza personale** è una dimostrazione del loro costante impegno, trasformando l'agricoltura in un obiettivo per molti.

Parallelamente, la strategia di comunicazione mette al centro il **valore della diversità**, tramite l'interazione di diverse voci e vedute, alimentando un dibattito costruttivo che favorisce l'integrazione e l'innovazione.

2 Le azioni di comunicazione

Il piano di azioni del 2025 prevede diverse attività per dare visibilità alle misure della PAC evidenziando benefici, risultati e impatti, a partire dalla pianificazione di **nuove uscite** della campagna.

In continuità con i canali e gli strumenti utilizzati nella precedente programmazione, e sulla base del successo riscosso negli anni passati della **Guida Rapida**, questa è stata riproposta anche per quest'anno, con l'aggiunta della pagina dedicata al nuovo intervento attivato da Regione Lombardia, **SRA30 – Benessere Animale**, con l'obiettivo di facilitare la consultazione degli Interventi dello Sviluppo Rurale 2023-2027.

Per promuovere in maniera mirata alcuni interventi specifici, oltre alla ristampa del leaflet relativo agli interventi **SRA19 - Riduzione impiego fitofarmaci** e **SRA20 -Impegni specifici uso sostenibile dei nutrienti**, sono stati realizzati nuovi volantini dedicati a **SRA14 Allevatori custodi dell'agrobiodiversità - SRD13/22 Investimenti per la trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli e strumento finanziario** e al nuovo intervento **SRA30**.

La guida e i nuovi materiali di comunicazione saranno distribuiti nel corso delle **fiere** presenti sul territorio lombardo, quali:

- FAZI Fiera Agricola Zootecnica Italiana (Montichiari 24-26 ottobre),
- Fiere Zootecniche Internazionali di Cremona (Cremona 27-29 novembre).

Durante le fiere verranno anche diffuse le video-pillole realizzate per gli interventi **SRA19** e **SRA20**.

Infine, per promuovere l'intervento **SRE01- Insediamento Giovani Agricoltori** verrà realizzato un breve video della durata di circa 1 minuto e 30 secondi, da cui saranno estratte pillole video di circa 30 secondi, contenente immagini dinamiche di tre giovani che sono stati beneficiari.

Tutte le aziende che beneficeranno degli Interventi sono tenute a presentare i progetti sul territorio attraverso opportuna comunicazione e informazione e saranno accompagnate dalle **linee guida di comunicazione** e dai master, semplici e personalizzabili. L'obbligo di informazione da parte dei beneficiari è stabilito dal Regolamento di Esecuzione (UE) 2022/129. Le linee guida di comunicazione e i relativi materiali saranno consultabili e scaricabili sulla pagina dedicata del sito <https://psr.regione.lombardia.it/it/pc2127/psr-2023-2027>.

Tutti gli investimenti cofinanziati devono essere accompagnati da azioni di informazioni e comunicazione, tranne per gli interventi relativi agli animali e alle superfici.

Così come stabilito i beneficiari hanno l'obbligo di:

- Inserire sul proprio sito web, se esistente, e sui canali social media ufficiali una breve descrizione dell'operazione, il livello del sostegno ricevuto dall'Unione Europea, le finalità e i risultati attesi con evidenza del logo così come da master fornito nelle linee guida;
- Per le operazioni che consistono in investimenti in beni materiali con contributo pubblico superiore a 50.000 euro, collocare una targa informativa o un display elettronico equivalente con informazioni sul progetto, che metta in evidenza il sostegno finanziario dell'Unione Europea e che ne presenti il logo;
- Per le operazioni che consistono nel finanziamento di infrastrutture o per le operazioni di costruzione con un contributo pubblico superiore a 500.000 euro, collocare targhe o cartelloni permanenti chiaramente visibili al pubblico, in cui compare il logo dell'Unione Europea;
- Per le operazioni Leader (Intervento SRG06) con contributo pubblico superiore a 10.000 euro, esponendo in un luogo facilmente visibile al pubblico almeno un poster di formato A3 o un display elettronico equivalente con informazioni sull'operazione che evidenzino il sostegno ricevuto dall'Unione Europea;
- Presso le sedi dei Gruppi di Azione Locale (GAL) finanziati da Leader (Intervento SRG06), esporre una targa informativa affissa.

In sintesi, vengono descritte di seguito le attività e gli strumenti di comunicazione.

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
Logo e linee guida	Diffusione del logo attraverso i vari materiali
Comunicazione web	Aggiornamento del sito dedicato https://psr.regione.lombardia.it/it/pc2127/psr-2023-2027
Campagna Media	Campagna di comunicazione con relativa diffusione con piano media dedicato
Eventi e altre iniziative sul territorio	Fiere, Convegni e Workshop
Video	Diffusione della conoscenza dei bandi tramite <i>case history</i> e amplificazione con influencer
Pubblicazioni e materiali	Guida rapida ai bandi e leaflets per la promozione di interventi specifici

Tutte le azioni di comunicazione saranno monitorate attraverso una tabella di indicatori di prodotto e di risultato.

CANALE/STRUMENTO	DESCRIZIONE	REALIZZAZIONE	OBBLIGATORIO	TEMA	FREQUENZA
Logo e immagine coordinata	Aggiornamento logo	Si/No	Si		1 volta sola
	Linee guida/materiali per beneficiari	Si/No	No		1 volta sola
Sito web	Creazione sito	Numerico	Si		1 volta sola
	Utenti	Numerico	Si		Annuale
	Sessioni	Numerico	Si		Annuale
	Visualizzazioni	Numerico	Si		Annuale
Social media	N. post	Numerico	No		Annuale
	Follower	Numerico	No		Annuale
	Utenti	Numerico	No		Annuale
	Engagement	Numerico	No		Annuale
Pubblicazioni	N.	Numerico	Si		Annuale
Eventi/Fiere/Workshop	N. eventi	Numerico	Si		Annuale
	N. di partecipanti	Numerico	Si		Annuale
	Tema	Descrittivo	Si		Annuale
Buone pratiche e case history	N. buone pratiche	Numerico	Si		Annuale
Video	N. video	Numerico	No		Annuale
	N. like	Numerico	No		Annuale
	Tema	Descrittivo	No		Annuale
Campagna Pubblicitaria	Tipo di canali	Descrittivo	No		Annuale
	N. di campagne	Numerico	No		Annuale
Media Relations	N. di notizie	Numerico	No		Annuale