

PIANO DI COMUNICAZIONE

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

ANNO 2024

1 Premessa strategica

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. Forniremo 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 **testimoniaanza personale** sarà una dimostrazione del loro costante impegno, trasformando l'agricoltura in un obiettivo per molti.

Parallelamente, la strategia di comunicazione metterà 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 2024 prevede diverse attività per dare visibilità alle misure della PAC (benefici, risultati, visibilità), a partire dalla pianificazione di **nuove uscite** della campagna.

Inoltre, per incarnare al meglio il concetto di testimonianza da parte degli agricoltori, verrà implementata una strategia di influencer marketing, ingaggiando un **influencer** selezionato che realizzerà delle pillole video mirate a dare parola a chi ha già beneficiato degli Interventi della PAC. In questo modo si darà seguito alla narrazione ingaggiante e sincera con l'audience di riferimento.

È garantita la continuità anche a canali e strumenti utilizzati nella programmazione precedente. A tal proposito uno strumento che ha riscosso molto successo è stata la guida sintetica alle misure. Anche per la nuova programmazione 2023-2027 i potenziali beneficiari saranno supportati dalla **nuova guida**, il cui obiettivo è quello di facilitare la consultazione degli Interventi dello Sviluppo Rurale 2023-2027. La guida sarà distribuita e riaggiornata nel corso delle **fiere** presenti sul territorio lombardo, quali:

- FAZI Fiera Agricola Zootechnica Italiana (Montichiari 25-27 ottobre),
- Millenaria (Gonzaga 31 agosto-8 settembre),
- Bovimac (Gonzaga 22-24 novembre),
- Fiere Zootechniche Internazionali di Cremona (Cremona 28-30 novembre).

In continuità con le altre azioni di comunicazione, durante le fiere verranno diffusi i video realizzati dall'influencer, in alternanza con infografiche che riassumono i valori dell'eccellenza lombarda (progetti finanziati, valore sul PIL, contenuti tecnologici, integrazione femminile, etc.).

Saranno poi organizzati due **convegni** (target stakeholder) su tematiche strategiche dello Sviluppo Rurale:

- Presentazione nuova programmazione,
- Programma Leader e strategie GAL.

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 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

Per meglio precisare la tipologia dei materiali e la segmentazione del target, si riporta una matrice che incrocia i diversi strumenti sopra elencati.

STRUMENTI	CITTADINI	BENEFICIARI	STAKEHOLDER	GIOVANI
Campagna stampa	X	X	X	X
Campagna social	X	X	X	X
Guida Rapida		X	X	
Workshop ed eventi		X	X	
Materiali beneficiari	X	X	X	
Influencer	X	X	X	X

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		Semestrale
	Sessioni	Numerico	Si		Semestrale
	Visualizzazioni	Numerico	Si		Semestrale
Social media	N. post	Numerico	No		Semestrale
	Follower	Numerico	No		Semestrale
	Utenti	Numerico	No		Semestrale
	Engagement	Numerico	No		Semestrale
Pubblicazioni	N.	Numerico	Si		Semestrale
Eventi/Fiere/Workshop	N. eventi	Numerico	Si		Semestrale
	N. di partecipanti	Numerico	Si		Semestrale
	Tema	Descrittivo	Si		Semestrale
Buone pratiche e case history	N. buone pratiche	Numerico	Si		Semestrale
Video	N. video	Numerico	No		Semestrale
	N. like	Numerico	No		Semestrale
	Tema	Descrittivo	No		Semestrale
Campagna Pubblicitaria	Tipo di canali	Descrittivo	No		Semestrale
	N. di campagne	Numerico	No		Semestrale
Media Relations	N. di notizie	Numerico	No		Semestrale