

ALLEGATO SEZIONE 4B

Seguito delle Misure adottate per dare adeguata pubblicità al programma (articolo 13 del regolamento di esecuzione (UE) n. 808/2014 della Commissione)

Informazioni su quotidiani e periodici specializzati

La collaborazione con gli house organ delle OOPPAA ha previsto per il 2022, come di consueto, la redazione di 5 pagine pubblicitarie/informative (publiredazionali) nel periodico “Dimensione Agricoltura” (bimestrale), aventi ad oggetto le opportunità offerte dal PSR (bandi aperti e in uscita) e i principali risultati ottenuti dal programma, oltre che le prospettive per la programmazione 2023-2027.

Eventi

Oltre a quelli già citati perché svolti in collaborazione con la RRN, si elencano qui di seguito gli altri eventi realizzati nel corso del 2022

- Fiera del Madonnino dal 23 al 25 aprile, durante la quale la Regione Toscana ha partecipato con uno stand in cui è stata effettuata la presentazione dei risultati del PSR e delle opportunità offerte con i nuovi bandi.
 - 7 ottobre 2022 - "Precision Farming e sostenibilità dell'agricoltura: la gestione dei dati a supporto delle decisioni". Evento sull'agricoltura di precisione (Precision farming), presso la Scuola Normale Superiore di Pisa, organizzato in occasione dell'Internet Festival. Durante l'incontro è stato presentato il lavoro della Regione Toscana per implementare l'agricoltura di precisione e la digitalizzazione in agricoltura, nell'ambito del Feasr 2014-2022 e del nuovo Piano strategico della Pac 2023-2027.
 - il 5 novembre il PSR Toscana ha partecipato all'evento Next Generation Fest, nello stand della Regione Toscana, con la presentazione delle opportunità del Feasr per le nuove generazioni, sia nella programmazione attuale che nella programmazione 2023-2027. Al Teatro del Maggio, nell'Anno europeo dei giovani, oltre 60 speaker tra influencer, artisti, mentors e istituzioni sia nazionali che europee hanno affrontato le sfide del futuro e rilanciato i valori fondanti dell'Unione europea insieme a più di 2000 giovani.
 - partecipazione a due eventi plurifondo
1. Colloqui internazionali di Toscana (23-25 novembre, Pisa e Firenze). I Colloqui di Toscana si sono sviluppati in tre giornate che hanno alternato momenti in plenaria animati da speaker di rilievo internazionale con le attività di tavoli tematici multiattoriali che hanno visto il confronto tra ricerca, imprese, comunità di pratica, parti sociali e policy makers istituzionali per fare il punto sui principali impatti e le relative risposte di intervento che la rivoluzione digitale e la transizione ecologica produrranno sull'economia, sullo sviluppo rurale, sul lavoro, sulla filiera formativa e sulle dinamiche di sviluppo territoriale. Il Psr Feasr ha partecipato ai seguenti 4 tavoli tematici:
 - “Economia circolare”
 - “Conoscenza e innovazione”:
 - “Competenze e formazione”

- “Buona occupazione”

È inoltre stata fatta una field visit ai seguenti progetti cofinanziati in ambito PSR Feasr:

- PS-GO COBRAAF - COprodotti per BioRAffinerie. Il progetto fa parte della tematica "Bioeconomia", ha riguardato la creazione di una piattaforma tecnica e logistica regionale in grado di valorizzare le diverse parti della biomassa – olio, pannello residuo, paglie e in alcuni casi foglie e fiori - in ottica di bioraffineria e coordinare l’offerta di biomassa di queste colture. L'azienda partner del progetto che ospiterà la visita è "AGROILS Technologies SpA" ed è in grado di testare frazioni di scarto dell’industria agricola per un possibile impiego nel campo degli adesivi senza Formaldeide per l’incollaggio del legno.
 - PS-GO NOMADI App - Nuove Opportunità nel Monitoraggio A Distanza nell'APicoltura Produttiva. Il progetto fa parte della tematica "Precision Farming" in quanto è stato predisposto un prototipo di apiario capace di rilevare dati e trasmetterli a distanza.
1. L’Europa per le donne (22 novembre, Firenze, nell’ambito dell’evento di 5 giorni “La Toscana delle donne” <https://latoscanadelledonne.it/>) per affrontare i temi della parità di genere e l’empowerment femminile e presentare le politiche attive della Regione Toscana e le nuove prospettive da attivare grazie alle risorse del Fondo sociale europeo, del Fondo europeo per lo sviluppo regionale, del Programma Italia Francia Marittimo, e del Fondo europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale. Saranno presenti all’evento, in qualità di testimonial, tre beneficiarie del Feasr, individuate tra le buone prassi:
 - Progetto “Fattoria Bistecca: un ritorno al passato che cambia il futuro di Cortona”. Beneficiaria: Ilaria Salvadori – Arezzo. Bando Pacchetto Giovani 2015 (sottomisura 6.1, tipi di operazione 6.4.1 e 4.1.2)
 - Progetto “A Seggiano l’attenzione per l’ambiente e il fotovoltaico a tutela delle razze antiche”. Beneficiarie: Maria Antonietta De Devitiis e Giovanna De Cola – Grosseto. Bando “Incentivare il ricorso alle energie rinnovabili nelle aziende agricole” (tipo di operazione 4.1.5).
 - Progetto “Le capre felici di Diamante”. Beneficiaria: Diamante Santini – Pistoia. Bando Pacchetto Giovani 2015 (sottomisura 6.1 e tipi di operazione 4.1.2, 4.1.5 e 6.4.1).

Attività giornalistica e media relations

1. Rassegna stampa: n. notizie e articoli pubblicati nel 2022: 59.
2. Comunicati stampa: 19

Servizi video giornalistici

Come già sopra accennato, nel 2022 sono stati prodotti i seguenti servizi/speciali TV:

1. Servizio – Psr Feasr 2014-2020: estensione del Programma fino al 2022
2. Speciale - Il Programma di sviluppo rurale Feasr 2014-2022 in Toscana
3. Servizio – I progetti di rigenerazione delle comunità
4. Speciale - Psr Feasr 2014-2020: i progetti di rigenerazione delle comunità – 6 nuovi bandi Leader

Tutti e 4 i servizi/speciali video giornalistici sono stati pubblicati nell'apposita playlist dedicata al Psr Toscana 2014-2022.

Campagne pubblicitarie

Nel 2022 sono state realizzate due campagne di comunicazione

1. attività di informazione e comunicazione sui nuovi bandi in uscita per il periodo di estensione della programmazione 2021-2022 (cd “campagna estensione”)

Dedicata alla comunicazione e informazione dell'estensione del PSR 2014-2020 al 2022, è partita a febbraio 2022. La campagna è stata progettata per comunicare a tutti i beneficiari attuali e potenziali le nuove opportunità a disposizione con le risorse dell'estensione del PSR al 2022. E' durata tutto l'anno e ha promosso i 20 bandi attivati nel corso dell'anno 2022 e di quelli partiti già da novembre 2021. Il target secondario della campagna è costituito dai mass media e dagli stakeholders.

La campagna è stata progettata come una campagna multi-soggetto ovvero con una campagna ombrello iniziale (nel solo mese di febbraio) di lancio delle opportunità e della dotazione dei nuovi bandi e una serie di campagne tematiche per ogni bando in uscita.

2. attività di informazione e comunicazione sui 6 bandi in uscita ad aprile e relativi ai progetti di rigenerazione delle comunità (cd “campagna progetti di comunità”)

Partita a fine aprile, ha avuto come obiettivo la divulgazione dell'iniziativa legata ai Progetti di rigenerazione delle comunità. In questo caso la campagna ha avuto come focus target tutti i cittadini residenti nelle zone di competenza dei 6 Gal toscani, ma con una risonanza su tutto il territorio, poiché, oltre al lancio dei 6 bandi usciti il 6 aprile, l'obiettivo della campagna è stato quello di valorizzare il percorso di accompagnamento e il ruolo federatore svolto dalla Regione Toscana nel rafforzare la capacità amministrativa del territorio (e dei diversi stakeholder coinvolti) mediante lo sviluppo di una metodologia, di valori e di strumenti comuni a tutti i Gal, valorizzando al contempo le specificità e i fabbisogni territoriali. Il target principale, come detto, è quindi il grande pubblico, mentre il target secondario sono i mass media, il partenariato e gli stakeholder.

Progetto Buone prassi

Il progetto, cominciato alla fine del 2020 con l'individuazione delle prime 40 buone prassi da parte del valutatore indipendente, ha visto nel corso del 2022 la continuazione delle attività impostate negli anni precedenti. In particolare, nel 2022 è stata conclusa la realizzazione dell'apposito sito web dedicato ai “Racconti di sviluppo rurale in Toscana”, nel quale sono state pubblicate tutte le video interviste (video story telling) realizzate (37 in tutto), tutte le schede (40 schede informative), foto e video (<https://www.regione.toscana.it/sviluppo-rurale-racconti>). Inoltre, è terminato anche il caricamento di tutte le video interviste in una playlist dedicata nel canale YouTube della Regione Toscana: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLW5kU--3bfh2vGOMYJ-qgxmCFmRd2rJDb>.

Al termine di questa prima ricognizione di 40 buone prassi e relative video interviste, è stato infine realizzato il video aftershow roadshow: un video di 3 minuti che ha l'obiettivo di presentare i protagonisti del PSR Toscana 2014-2022 e i risultati raggiunti. Un racconto che sarà utilizzato in occasione degli eventi e che è stato pubblicato nella playlist dedicata ai Racconti di sviluppo rurale in Toscana: <https://www.youtube.com/watch?v=KlBpcPGh8Ts>

Monitoraggio e valutazione

Con riferimento al monitoraggio qualitativo, già avviato nel secondo semestre del 2021 in collaborazione con Irpet, alla fine del 2022 è stato effettuato un affondo tematico. A novembre 2022 è stato somministrato ad un target di 1600 cittadini toscani un nuovo questionario circa la conoscenza dei fondi europei e in particolare del Fears e del PSR.

Il questionario ha avuto lo scopo di effettuare un approfondimento verticale con una campionatura più specifica rispetto a quella fatta nella precedente indagine del 2021, con lo scopo di approfondire i seguenti aspetti emersi con l'indagine del 2021:

- a. le motivazioni dell'elevatissima percentuale (più dell'80%) di persone che dichiarano di conoscere i fondi europei e i progetti cofinanziati
- b. i motivi dell'incidenza inferiore della comunicazione nelle fasce rurali rispetto a quelle urbane (sebbene la differenza sia minima);
- c. i motivi della bassa incidenza della comunicazione sulla fascia di età 18-40;

Ciò che è emerso è una discreta conoscenza dei temi a livello generale, dove quasi un toscano su due conosce i fondi strutturali europei o ha una consapevolezza dell'esistenza del Fears e di progetti co-finanziati.

Tuttavia, quando si entra nello specifico e vengono introdotte le denominazioni e sigle specifiche, la consapevolezza scende al 29%. Sarà, di conseguenza, interessante, al termine della campagna dedicata alle BP, verificare quanto è stata efficace la campagna nello spostare verso l'alto questa percentuale.

L'indagine ha evidenziato i segmenti di popolazione più a rischio "disinformazione" sulla questione, come ad esempio i giovani e le persone meno istruite, i quali non solo dimostrano di essere poco informati sui progetti e sui fondi europei, ma non esprimono ulteriore interesse a ricevere informazioni e comunicazioni al riguardo. Il disinteresse potrebbe essere legato, tuttavia, alla scarsa conoscenza di base che, tramite questa campagna, andrà colmata quanto più possibile.

Al contrario, tra coloro che conoscono i fondi europei e/o il PSR e il Fears, la maggior parte giudica positivamente il loro impatto sul territorio e il voto medio è al di sopra della sufficienza in tutti gli ambiti considerati dall'indagine.

Per quanto riguarda le comunicazioni ricevute sul tema, poco più di un intervistato su due è stato raggiunto almeno una volta dalle informazioni inerenti al programma, ma soltanto l'11% si informa regolarmente e il 41% non ne ha mai ricevuta alcuna. Tra chi le ha ricevute/lette, prevale tuttavia una valutazione negativa (65%): questo dato non inficia la ricerca di maggiori informazioni e la richiesta di più comunicazioni sul tema e, quindi, sarà opportuno e necessario fornire le nuove informazioni con uno stile diverso, più diretto e immediato e anche più coinvolgente. Infatti, poco meno della metà dei toscani si è dichiarato interessato a disporre di maggiori informazioni al riguardo il che dimostra che l'interesse nei confronti dei fondi e dei progetti ad essi legati rimane vivo tra i cittadini.

Infine, TV e social risultano essere i canali preferiti per acquisire notizie sul tema, ma anche il sito regionale può avere un ruolo importante nel veicolare le informazioni.

