

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ DEL COMPLEMENTO REGIONALE DI SVILUPPO RURALE (CSR) FEASR DELLA REGIONE TOSCANA 2023-2027

(ai sensi del Reg. UE 2021/2115, artt. 123e del Reg. UE 2022/129, artt. 5 e 6, Allegati II e III)

Indice generale

1. Premessa	3
2. Il quadro di riferimento	4
2.1 <i>La struttura del Csr Toscana e la dotazione finanziaria</i>	6
3. Strategia della comunicazione	9
3.1 <i>Finalità: priorità e obiettivi</i>	12
3.2 <i>Parole chiave</i>	13
3.3 <i>Destinatari della comunicazione (target)</i>	14
3.3.1. <i>Esterni</i>	14
3.3.2. <i>Interni</i>	14
3.4 <i>Quadro logico obiettivi generali e specifici, risultati attesi e target</i>	16
3.5 <i>Azioni della comunicazione</i>	19
3.5.1. <i>Il logo Sviluppo rurale Toscana</i>	19
3.5.2. <i>Il sito web Sviluppo rurale Toscana</i>	21
3.6 <i>Modalità di realizzazione della comunicazione</i>	22
3.6.1. <i>Canali e strumenti per le attività della comunicazione</i>	22
3.6.2. <i>Canali e strumenti: i mezzi utilizzabili</i>	25
4. Risorse previste per le azioni di informazione e pubblicità	30
5. Organizzazione e governance regionali della comunicazione	30
6. Monitoraggio della strategia di comunicazione.....	32
 ALLEGATO A – Disposizioni regolamentari.....	 33

1. Premessa

Come per il Programma di sviluppo rurale (Psr) 2014-2022, cofinanziato dal Feasr, fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale), anche per il periodo di programmazione 2023-2027 la comunicazione riveste un ruolo importante tra le attività che l'Autorità di gestione regionale (AdGr) deve svolgere nell'ambito della gestione del Csr – il Complemento per lo sviluppo rurale della Toscana, strumento attuativo regionale per gli interventi cofinanziati dal Feasr, perciò si rende necessario implementare una Strategia di comunicazione, che rappresenta un documento fondamentale perché guida la pianificazione e l'implementazione efficace ed efficiente di tutte le attività di disseminazione previste a livello regionale.

Di conseguenza, la presente Strategia di Comunicazione del Complemento di sviluppo rurale (Csr) 2023-2027 della Regione Toscana è finalizzato a presentare in maniera sistematica le **scelte strategiche di comunicazione nell'ambito dello sviluppo rurale**, illustrando nel dettaglio **obiettivi, strumenti, destinatari, azioni e modalità di attuazione**.

La **cornice normativa** della Programmazione 2023-2027 è fornita dal Regolamento (UE) n. 2021/2115, del Parlamento europeo e del Consiglio del 2 dicembre 2021, recante norme sul sostegno ai Piani strategici della PAC, finanziati dal Fondo europeo agricolo di garanzia (Feaga) e dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (Feasr). Nello specifico le attività di comunicazione sono regolate:

- dall'art. 123, par. 2 lett. k) del Regolamento (UE) n. 2021/2115 che prevede “che sia data pubblicità al Piano strategico della PAC, tra l'altro attraverso la Rete nazionale della PAC”, informando sia i potenziali beneficiari, le parti economiche e sociali e i portatori d'interesse circa le opportunità offerte sia gli agricoltori e, in generale, il grande pubblico circa i contributi dell'Unione all'agricoltura;
- dall'art. 126, paragrafi 3 e 4 del Regolamento (UE) n. 2021/2115, che nel descrivere gli obiettivi e le funzioni della Rete nazionale della PAC, prevede espressamente l'attività di informazione del pubblico e dei beneficiari, nonché attività di raccolta, analisi e diffusione di informazioni e buone pratiche;
- dagli artt. 5 e 6, allegati II e III del Regolamento di esecuzione (UE) n. 2022/129, che contengono le specifiche tecniche sui requisiti di informazione, pubblicità e visibilità.

Le disposizioni di base della nuova programmazione ribadiscono le responsabilità in capo all'Autorità di Gestione nazionale (AdGn) nello svolgimento delle funzioni di comunicazione, in modo da garantire coerenza e uniformità nella progettazione e attuazione delle azioni di informazione, pubblicità e visibilità, che sono parte integrante del Piano di Comunicazione Generale (PCG) del Piano Strategico nazionale della PAC (PSP). La Direzione generale Sviluppo rurale del Masaf è stata individuata quale AdGn, ovvero organismo responsabile della comunicazione del Piano Strategico nazionale della PAC. A loro volta le Regioni e le Province autonome nominano le proprie AdGr che collaborano con l'AdGn e partecipano alla definizione del PCG, anche mediante il contributo dei propri piani di comunicazione regionali che, nei principi, obiettivi e linee di attività attuano in modo coerente con l'approccio nazionale ed europeo le proprie azioni locali definite sulla base delle specificità territoriali.

Per il contenuto degli articoli dedicati alla comunicazione si rimanda all'Allegato A.

2. Il quadro di riferimento

La nuova Politica agricola comune (Pac) per il periodo 2023-2027 prevede il superamento dei Programmi di sviluppo rurale regionali (Psr) attraverso l'elaborazione, da parte di ciascuno Stato membro, di un Piano strategico nazionale della Politica agricola comune (Pac). Il Piano strategico della Pac (Psp) Italia 2023-2027, è la base giuridica per il sostegno allo sviluppo rurale e descrive le modalità con le quali l'Italia intende conseguire gli obiettivi della nuova Pac.

Il Psp Italia 2023-2027 è stato redatto dal Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (Masaf) in collaborazione con tutte le Regioni italiane. Approvato dalla Commissione europea con decisione C (2022) 8645 del 2 dicembre 2022 e ss.mm.ii, è diventato operativo il primo gennaio 2023.

Competitività, sostenibilità, sviluppo locale e innovazione sono le parole chiave che descrivono l'approccio strategico del Psp. Una strategia che si pone l'obiettivo di rafforzare il settore primario, garantendone la sostenibilità ambientale, economica e sociale.

Il Psp lavora in stretta collaborazione anche con politiche non strettamente agricole, che ne rafforzano la portata e l'efficacia, come il Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr) e le politiche di coesione. Il Psp presenta un'importante novità rispetto alla programmazione precedente: per la prima volta, i due fondi europei Fondo europeo agricolo di garanzia (Feaga) – primo pilastro della Pac - e Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (Feasr) – secondo pilastro della Pac- rientrano in un unico documento di programmazione, in cui sono inseriti i pagamenti diretti, gli interventi settoriali e quelli volti a favorire lo sviluppo rurale.

Nel Psp è stato così individuato un set di interventi, definiti a monte dalla stessa Commissione europea con la nuova Pac, i cui risultati sono sottoposti a un attento e costante monitoraggio sulla base di indicatori di performance per verificare il raggiungimento dei risultati concordati. Con il nuovo sistema (*New Delivery Model*) l'attenzione, quindi, si sposta da una gestione della politica basata sulla conformità e sulla sorveglianza delle disposizioni regolamentari a una **gestione focalizzata su risultati e prestazioni**. Una politica più orientata alla performance e agli obiettivi che richiede un nuovo sistema di *governance*: ogni Stato membro ha dovuto individuare la propria e unica Autorità di gestione (Adg) per il Psp, come unico interlocutore con la Commissione europea.

Il Psp Italia prevede nel complesso 173 interventi, tra primo e secondo pilastro, e risorse finanziarie per quasi 37 miliardi di euro per il periodo 2023-2027. Gli interventi dedicati allo sviluppo rurale sono 76 tra i quali sono inclusi gli **interventi regionalizzati**, ovvero gli interventi che le Regioni e le Province autonome attivano sul proprio territorio per rispondere alle specificità e ai fabbisogni del proprio territorio.

Il Psp è stato, di conseguenza, contestualizzato a livello regionale attraverso i cosiddetti Complementi per lo sviluppo rurale (Csr).

Gli **obiettivi** della Pac 2023-2027 si suddividono in:

3 Obiettivi generali (OG)

9 Obiettivi specifici (OS)

1 Obiettivo trasversale

Per realizzare gli obiettivi si utilizzano le opportunità offerte dai due fondi, Feaga e Feasr.

OG 1 Reddito e competitività

OS 1 Garantire un reddito giusto

Sostenere un reddito agricolo sufficiente per garantire la sostenibilità economica delle aziende e la loro capacità di adattarsi ai cambiamenti del mercato e alle innovazioni tecnologiche

OS 2 Aumentare la competitività

Migliorare l'orientamento al mercato attraverso una maggiore attenzione a ricerca, tecnologia e digitalizzazione

OS 3 Riequilibrare la filiera

Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena del valore promuovendola legalità, processi di integrazione e aggregazione delle imprese e la creazione di filiere locali e canali di vendita diretta

OG2 Ambiente e clima

OS 4 Contrastare i cambiamenti climatici

Contribuire alla mitigazione dei cambiamenti climatici attraverso la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra, il miglioramento del sequestro del carbonio e la promozione di energie sostenibili

OS 5 Tutelare l'ambiente

Favorire lo sviluppo sostenibile, la gestione efficiente delle risorse, la riduzione della dipendenza chimica e l'agricoltura biologica

OS 6 Conservare i paesaggi e la biodiversità

Contribuire ad arrestare e invertire la perdita di biodiversità, migliorare i servizi ecosistemici e preservare gli habitat e i paesaggi

OG3 Sviluppo socio-economico aree rurali

OS 7 Sostenere il ricambio generazionale

Attrarre e sostenere giovani agricoltori e altri nuovi agricoltori e facilitare lo sviluppo imprenditoriale sostenibile nelle zone rurali

OS 8 Rivitalizzare le aree rurali

Promuovere l'occupazione, la crescita, la parità di genere, l'inclusione sociale e lo sviluppo locale nelle aree rurali, comprese la bioeconomia circolare e la silvicoltura sostenibile

OS 9 Proteggere la salute e la qualità del cibo

Migliorare la risposta dell'agricoltura alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute, riducendo gli sprechi alimentari e favorendo il benessere degli animali

A questi si aggiunge un **obiettivo trasversale: Conoscenza e innovazione**

AKIS – Sistema della conoscenza e digitalizzazione

Ammodernare l'agricoltura e le zone rurali, promuovendo e condividendo conoscenze, innovazioni e processi di digitalizzazione per incoraggiarne l'utilizzo

2.1 La struttura del Csr Toscana e la dotazione finanziaria

Il Complemento per lo sviluppo rurale (Csr) della Toscana 2023-2027 è stato approvato con delibera di Giunta regionale n. 1534 del 27 dicembre 2022 e successive modifiche e integrazioni. Il Csr Toscana 2023-2027 declina a livello regionale il Piano strategico nazionale della Pac 2023-2027 (approvato dalla Commissione europea con decisione C (2022) 8645 del 2 dicembre 2022e ss.mm.ii. , in acronimo Psp Italia 2023-2027), per rispondere in maniera più efficace ed efficiente ai fabbisogni regionali nell'attuazione degli interventi previsti.

Il Csr Toscana fornisce le indicazioni necessarie all'attuazione della strategia nazionale a livello regionale, assicurando l'attuazione degli interventi, sulla base delle priorità regionali e di uno specifico cronoprogramma dei bandi in uscita.

La dotazione finanziaria del Csr Toscana 2023-2027 è pari a quasi 749 milioni di euro con le seguenti percentuali di cofinanziamento regionale, nazionale ed europeo:

- 17,79% di fondi regionali
- 41,51% di fondi nazionali
- 40,70% di fondi europei e, nello specifico, del Fondo europeo agricolo di sviluppo rurale (Feasr)

In Toscana, su 76 interventi previsti nel PSP Italia, ne sono stati attivati 50 che riguardano quattro temi:

- Ambiente
- Investimenti
- Cooperazione
- Conoscenza

e prevedono:

- Interventi a capo/superficie: premi/pagamenti compensativi
- Investimenti
- Interventi per la cooperazione
- Sistema della conoscenza e dell'innovazione in agricoltura (Akis - Agricultural Knowledge and Innovation System)

Nome intervento	Codice intervento
ACA 1 Produzione integrata	SRA01
ACA 2 Uso sostenibile dell'acqua	SRA02
ACA 3 Tecniche lavorazione ridotta dei suoli	SRA03
ACA 6 Cover crops	SRA06
ACA 8 Gestione prati e pascoli permanenti	SRA08
ACA 14 Allevatori custodi dell'agro biodiversità	SRA14
ACA 15 Agricoltori custodi dell'agro biodiversità	SRA15
ACA 16 Conservazione agro biodiversità, banche germoplasma	SRA16
ACA 17 Impegni specifici di gestione della fauna selvatica	SRA17
ACA 18 Impegni per l'apicoltura	SRA18
ACA 24 Pratiche agricoltura precisione	SRA24
ACA 25 Tutela delle colture arboree a valenza ambientale e paesaggistica	SRA25
Pagamento per impegni silvo-ambientali e impegni in materia di clima	SRA27
Sostegno per il mantenimento della forestazione / imboschimento e sistemi agroforestali	SRA28
Pagamento al fine di adottare e mantenere pratiche e metodi di produzione biologica	SRA29
Benessere animale	SRA30

Sostegno per la conservazione, l'uso e lo sviluppo sostenibili delle risorse genetiche forestali	SRA31
Sostegno zone con svantaggi naturali montagna	SRB01
Sostegno zone con altri svantaggi naturali significativi	SRB02
Sostegno zone con vincoli specifici	SRB03
Pagamento compensativo per le zone agricole Natura 2000	SRC01
Pagamento compensativo per le zone agricole incluse nei piani di gestione dei bacini idrografici	SRC03
Investimenti produttivi agricoli per la competitività delle aziende agricole	SRD01
Investimenti produttivi agricoli per ambiente clima e benessere animale	SRD02
Investimenti nelle aziende agricole per la diversificazione in attività non agricole	SRD03
Investimenti non produttivi agricoli con finalità ambientale	SRD04
Impianto forestazione / imboschimento e sistemi agroforestali su terreni agricoli	SRD05
Investimenti per la prevenzione ed il ripristino del potenziale produttivo agricolo	SRD06
Investimenti in infrastrutture per l'agricoltura e per lo sviluppo socio-economico delle aree rurali	SRD07
Investimenti in infrastrutture con finalità ambientali	SRD08
Investimenti non produttivi forestali	SRD11
Investimenti prevenzione e ripristino danni foreste	SRD12
Investimenti per la trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli	SRD13
Investimenti produttivi forestali	SRD15
Insediamiento giovani agricoltori	SRE01
Insediamiento nuovi agricoltori (non giovani)	SRE02
Avvio di nuove imprese connesse alla silvicoltura	SRE03
Start up non agricole	SRE04
Sostegno ai Gruppi operativi del Pei Agri	SRG01
Costituzione organizzazioni di produttori	SRG02
Supporto preparatorio Leader sostegno alla preparazione delle strategie di sviluppo rurale	SRG05 (attivata con risorse del PSR 2014-2022)
Leader, attuazione strategie di sviluppo locale	SRG06
Cooperazione per lo sviluppo rurale, locale e smart village	SRG07
Cooperazione per azioni di supporto all'innovazione e servizi rivolti ai settori agricolo, forestale e agroalimentare	SRG09
Promozione dei prodotti di qualità	SRG10
Erogazione di servizi di consulenza	SRH01
Formazione dei consulenti	SRH02

Formazione degli imprenditori agricoli, degli addetti delle imprese operanti nei settori agricoltura, zootecnia, silvicoltura, industrie alimentari, e degli altri soggetti privati e pubblici funzionali allo sviluppo delle aree rurali	SRH03
Azioni di informazione	SRH04
Azioni dimostrative per il settore agricolo/forestale e i territori rurali	SRH05
Creazione e funzionamento di servizi di supporto all'innovazione e back office	SRH06

Il Complemento per lo sviluppo rurale è il punto di riferimento dello sviluppo rurale in Toscana per il quinquennio 2023-2027 perché contiene:

- la strategia regionale (capitolo 1) che tiene conto delle esigenze specifiche del territorio toscano;
- l'analisi del contesto e l'analisi Swot (capitolo 2) che consente di dettagliare i diversi obiettivi specifici che trovano applicazione in Toscana, compreso l'obiettivo trasversale dell'innovazione la contestualizzazione delle analisi citate per rispondere alle esigenze e definire;
- le priorità (capitoli 3 e 4);
- la definizione degli elementi comuni e trasversali ai singoli interventi (capitolo 5) così come le modalità di attivazione della progettazione integrata (capitolo 6);
- le strategie regionali per Leader (capitolo 7) e l'Arkis (capitoli 8 e 9);
- le schede degli interventi (capitolo 10);
- gli output previsti (capitolo 11);
- il piano finanziario (capitolo 12) per i 5 anni di programmazione;
- le risorse dedicate all'assistenza tecnica (capitolo 13);
- la governance regionale (capitolo 14).

3. Strategia della comunicazione

Lo scenario nel quale si colloca la presente Strategia di comunicazione è, quindi, molto diverso da quello delle programmazioni precedenti. In primis, perché la Strategia di comunicazione del Csr Toscana 2023-2027 deve tenere conto del Piano di comunicazione generale (PCG) del Psp Italia 2023-2027, cui la Regione Toscana ha fornito il suo contributo, come richiesto dal Masaf in occasione delle riunioni tenutesi nei primi mesi del 2023, e al quale continua a partecipare mediante il contributo della presente Strategia che tiene conto del fatto che principi, obiettivi e linee devono essere attuati in modo coerente con l'approccio nazionale ed europeo, pur tenendo conto delle specificità territoriali e della necessaria coerenza anche al Piano di comunicazione generale della Regione Toscana.

Di seguito, quindi, si riportano le premesse del PCG, cui è necessario fare riferimento e del quale si mettono in grassetto gli elementi che sono portanti anche per la Strategia di comunicazione del Csr Toscana.

Il contenuto specifico del PCG del Psp 2023 – 2027 è orientato a rispondere alle sfide e opportunità legate alla **transizione digitale, ecologica e generazionale del settore agricolo, alimentare e forestale**, attraverso il coinvolgimento di tutti i soggetti interessati e la costruzione di reti partenariali, in particolare con i media, per aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui benefici e le opportunità della Pac, potenziare l'identità europea sui territori e contribuire alla diffusione di risultati e vantaggi generati dal Psp. All'interno di questa cornice, il Masaf, le Regioni e le Province autonome collaborano alla definizione degli elementi fondanti di una strategia di comunicazione che sia funzionale, da un lato, a coinvolgere tutte le Autorità di Gestione dei CSR in un progetto sistemico condiviso, garantendo il rapporto di sinergia e complementarietà con l'approccio strategico regionale alla comunicazione; dall'altro, a delineare il perimetro attuativo degli interventi relativi al primo e al secondo pilastro e ad assicurare il raccordo con il Piano di comunicazione del Masaf, che si basa sull'idea che "la comunicazione sia una leva strategica, essenziale e costitutiva dell'attività stessa della pubblica amministrazione e che possa diventare uno strumento di partecipazione, collaborazione, interazione, crescita e sviluppo, capace di orientare scelte consapevoli". In questo senso, nel PCG si prevede il **potenziamento degli strumenti di collaborazione** e raccordo ai diversi livelli, in linea con quanto previsto dall'EU CAP Network in tema di networking (https://eu-cap-network.ec.europa.eu/sites/default/files/2023-03/02_NN1_PPT-Network_Mapping_Mike.pdf), con riguardo ai punti d) **Information to public and beneficiaries** e g) **CSP result dissemination**.

Il PCG si focalizza sull'impatto concreto degli interventi sostenuti dai Fondi europei e, a tal fine, prevede un coinvolgimento attivo dei beneficiari, che saranno investiti del ruolo di ambasciatori e promotori delle politiche sui territori.

Un **ruolo di rilievo spetterà ai cittadini, punto di snodo essenziale per rafforzare l'identità europea**. Per un maggior coinvolgimento diretto, la comunicazione sarà impostata rispettando la sua **natura bidirezionale**, dando rilevanza alle idee proposte dai target di riferimento e **valorizzando le competenze e i talenti dei giovani**, nell'ottica di accelerare i processi di innovazione e integrazione generazionale, in termini di percorsi tecnico-formativi e rapporti tra formazione-ricerca-impresa.

In continuità con l'esperienza 2014-2022, le **azioni di comunicazione saranno focalizzate su progetti significativi** e su un **uso ampio dei media digitali** che, soprattutto dopo la pandemia da COVID-19, sono diventati una fonte primaria di informazione per i cittadini, risultando in grado di orientare la conoscenza e gli impatti delle politiche.

(...)

Inoltre, si procederà all'implementazione delle soluzioni tecniche volte ad assicurare **visibilità agli interventi di rilevanza strategica** e a garantire coerenza e uniformità dei messaggi, dei contenuti e delle forme di comunicazione. In particolare, in ottemperanza a quanto disciplinato dall'allegato III, comma 1.3 del Regolamento di esecuzione (UE) 2022/129 che descrive i requisiti in materia di informazione, pubblicità e visibilità, verrà attivato un **sito web** sul quale reperire informazioni sul PSP, con riguardo agli **obiettivi**, alle **attività**, alle **possibilità di finanziamento disponibili**, nonché ai **risultati attesi e quelli effettivi realizzati**. Il sito nazionale si rivolge al pubblico e ai potenziali beneficiari di cui all'articolo 123, paragrafo 2, lettera k), del regolamento (UE) 2021/2115 e garantisce la disponibilità di informazioni sul sostegno fornito dal Feasr **anche attraverso il collegamento con i siti regionali**, al fine di favorire la conoscenza delle opportunità di finanziamento previste dai singoli CSR e dai dispositivi di attuazione degli interventi settoriali del primo pilastro della PAC.

La strategia che si intende perseguire sarà caratterizzata dal coordinamento con le azioni previste dal **piano di comunicazione generale** della Regione Toscana nella ricerca di efficaci sinergie e di conseguenti economie di scala. In tal senso risulta fondamentale lo stretto collegamento con “Toscana Notizie” e la collaborazione con il Settore comunicazione della Presidenza della Giunta regionale, oltre all’annuale collaborazione per la redazione del Piano stesso in conformità con i **temi strategici** che vengono indicati dal Settore comunicazione della Presidenza della Giunta regionale.

Particolare attenzione sarà, quindi, riservata all’individuazione degli **specifici target** della comunicazione, con una declinazione delle attività previste sulla base delle diverse tipologie di destinatari delle misure inserite nel Csr Toscana. Lo scopo è quello di mettere in luce:

- le opportunità offerte a favore del target beneficiari e potenziali beneficiari, comprese le procedure e la modulistica disponibile, nonché i servizi a supporto espressamente dedicati (come, ad esempio, “Scrivici”);
- la disseminazione dei risultati per rafforzare l’identità europea anche a livello locale, attraverso la comunicazione dei progetti realizzati con i fondi messi a disposizione e dando il giusto ruolo ai beneficiari stessi, come testimonial dei risultati effettivi realizzati;
- gli obiettivi delle politiche attuate, le loro priorità e la strategia regionale;

tutto ciò attraverso strumenti che saranno **principalmente digitali** (sito web, social, ecc.) per favorire il rafforzamento di una comunicazione bidirezionale, più **semplice e trasparente**, fatta anche di **ascolto del target**, il cui raggiungimento è fondamentale per aumentare la consapevolezza delle politiche europee in Toscana. **Comunicazione bidirezionale** che sarà realizzata non solo attraverso l’uso sempre più ampio e targettizzato dei canali digitali, ma anche con un uso consapevole di eventi, incontri, seminari, workshop, ecc. in grado di dare la giusta “fisicità” al dialogo tra l’AdGr e il proprio target.

Questa impostazione ben risponde alla necessità che la Strategia di comunicazione del Csr Toscana, attraverso i suoi piani annuali di comunicazione, sia in grado di favorire il raggiungimento da parte dell’AdGn degli obiettivi di comunicazione elencati nel PCG del Psp Italia ovvero, in sintesi:

1. **pubblicizzare la nuova programmazione**, attraverso il coinvolgimento diretto di tutti i soggetti coinvolti nella programmazione e attuazione;
2. **comunicare le opportunità**, assicurando trasparenza, semplificazione, accesso a dati e informazioni e tutela della privacy;
3. **incoraggiare i potenziali beneficiari ad accedere alle opportunità** offerte, creando occasioni di **ascolto**, riflessione, approfondimento e formazione, in collaborazione con tutte le amministrazioni coinvolte;
4. **promuovere la conoscenza e l’informazione degli interventi**, assegnando ai beneficiari un ruolo attivo, come *ambassador* della PAC 2023-2027;
5. **facilitare lo scambio di esperienze** tra portatori d’interesse e le azioni di rete, anche attraverso la creazione di piattaforme, forum ed eventi;
6. **diffondere i risultati raggiunti** e le ricadute sui territori, promuovendo la conoscenza delle buone pratiche.

Non solo, l’impostazione appena descritta deriva dall’esperienza già realizzata dalla Regione Toscana negli ultimi anni di comunicazione della precedente programmazione (2014-2022), anni nei quali il cambio di approccio alle attività di comunicazione è stato progettato e attuato in maniera sistematica e al quale sarà necessario, nei prossimi 5 anni di programmazione, dare ulteriore spinta, raccogliendo le lezioni apprese e facendone una base solida per le azioni future.

Il fil rouge delle attività di comunicazione sarà, quindi, quello di “raccontare” il Csr mettendo in luce in modo significativo come i fondi messi a disposizione (europei, nazionali e regionali) siano in grado di portare a un cambiamento, partendo dal racconto di quanto realizzato concretamente fino ad ora, in modo che sia da stimolo per una partecipazione attiva dei cittadini e dei beneficiari potenziali. Il racconto del cambiamento, cominciato nel 2022 darà anche il giusto ruolo ai beneficiari, che di questo cambiamento sono i veri protagonisti e che diventano inevitabilmente *testimonial* o *ambassador* del Csr Toscana 2023-2027, così come lo sono stati del Psr Toscana 2014-2022. Lo sviluppo rurale in Toscana, infatti, non è solo un percorso legato alle diverse programmazioni, ma è proprio un cammino, intrapreso insieme anni fa e in continua evoluzione e che ha portato nel territorio regionale un’evoluzione costante. È, quindi, intenzione dell’AdGr rafforzare sempre più la comunicazione ricorrendo all’uso delle testimonianze dei soggetti che, attraverso l’accesso alle misure prima e agli interventi oggi, sono stati gli attori del cambiamento (**storytelling**). Funzionale a tale obiettivo è il ricorso all’uso di format video, ma anche giornalistici, radiofonici, televisivi e di rete.

In tale ambito, molto importante è il ruolo svolto dal **partenariato** fra cui le **Organizzazioni** delle imprese agricole e degli altri soggetti del partenariato economico-sociale. Ma non solo, sarà rafforzato anche il grande lavoro di collaborazione e coprogettazione avviato negli ultimi anni con i **Gal** che ha portato a risultati eccezionali, non solo dal punto di vista del raggiungimento di obiettivi e priorità della programmazione, ma anche dal punto di vista delle attività di comunicazione. È infatti intenzione dell'AdGr continuare a valorizzare il lavoro svolto dai Gal sul territorio, aumentando le sinergie comunicazionali con nuovi progetti che lavoreranno sulla scia di quanto già realizzato sino ad ora.

Tutto ciò sarà realizzato partendo dalla considerazione di quanto sia cambiato il panorama della comunicazione pubblica negli ultimi anni, soprattutto in seguito alle vicende connesse con la pandemia che ha pesantemente segnato un avanzamento digitale in gran parte della popolazione italiana e toscana. Cambiamenti che continuano a interessare il sistema di comunicazione a ritmi sempre più incalzanti. Ed è proprio partendo da questa cognizione che fin dalla fase progettuale siamo in grado di attribuire una minore rilevanza ad alcuni strumenti (ad esempio, strumenti cartacei, come dépliant) a favore di altri strumenti più digitali e sostenibili.

La richiamata esigenza di cercare sinergie e possibili economie di scala assume valore crescente in quanto le pur importanti risorse finanziarie messe a disposizione della comunicazione dovranno essere impiegate al meglio, con un'attenta valutazione della qualificazione della spesa nel rispetto dei principi di efficienza ed efficacia. Anche a questo risponde l'esigenza di un coordinamento regionale capace di utilizzare gli strumenti di cui si è dotata in questi ultimi anni la Regione Toscana per la realizzazione di format giornalistici. Analoghi indirizzi saranno seguiti nell'organizzazione di eventi pubblici privilegiando l'uso di sedi istituzionali e di altre sedi comunque in disponibilità gratuita.

Inoltre, tra gli indirizzi strategici un ruolo importante viene riconosciuto al monitoraggio della comunicazione. Questa attività va intesa nella corretta accezione del termine, non limitandosi all'effettuazione di analisi più o meno numerose e frequenti, ma organizzando la comunicazione in modo che si abbia un feedback continuo circa la sua efficacia attraverso mezzi e canali che favoriscano la comunicazione bidirezionale. Il monitoraggio delle iniziative messe in atto consente di tenere sotto controllo e verificare l'avanzamento, l'efficacia e l'efficienza delle azioni delineate dal presente documento. Tale monitoraggio, partendo anch'esso dall'esperienza degli ultimi anni, sarà svolto sia a livello quantitativo che qualitativo. Il monitoraggio, infatti, rende possibile la verifica della corretta esecuzione e realizzazione della strategia, così come l'accertamento del livello di diffusione del messaggio presso i target individuati, fornendo la possibilità di effettuare, in corso di programmazione, azioni correttive sulla strategia applicata o delle singole azioni realizzate. Le relazioni di monitoraggio delle azioni previste dalla Strategia di comunicazione sono prodotte in occasione delle riunioni del Comitato di Sorveglianza e forniscono la base di discussione per verificare l'andamento dell'azione comunicativa e le eventuali correzioni da apportare alle iniziative ipotizzate per migliorare il raggiungimento degli obiettivi. Per la presente programmazione, l'AdGr terrà anche conto del piano di monitoraggio dell'AdGn che, al momento della redazione del presente documento, non è stato ancora definito nella sua versione finale.

Infine, come più volte ribadito, nei piani annuali di comunicazione, in attuazione della strategia di comunicazione del presente documento, l'AdGr terrà conto, come già fatto in passato, delle sinergie con le azioni di comunicazione che la Rete Rurale Nazionale (RRN) prevede di realizzare nell'ambito del proprio programma attuativo. La sinergia con la RRN sarà attuata non solo per gli aspetti operativi, ma anche rispetto alla *governance*, attraverso la partecipazione di un rappresentante dell'AdGr del Csr Toscana al **Tavolo di coordinamento della rete** e al **Gruppo di Coordinamento dei Responsabili della Comunicazione (GCC)**, finalizzati al raccordo delle azioni di comunicazione fra le diverse Regioni e alla eventuale adozione di standard specifici e format comuni per la comunicazione.

3.1 Finalità: priorità e obiettivi

In linea con la strategia di comunicazione degli anni passati e tenendo conto del contesto in cui si inserisce l'attuale programmazione le **priorità** che si intendono perseguire sono le seguenti:

- **migliorare il livello di percezione e conoscenza** dello Sviluppo rurale in Toscana tra cittadini, imprenditori agricoli e coloro che operano nei territori rurali, in termini di **opportunità offerte** e di **risultati attesi e raggiunti**, a prescindere dalla connessione stretta con gli anni di programmazione, facendo comprendere come lo sviluppo rurale nella Regione e nelle politiche italiane in generale sia un impegno costante che parte dalle precedenti programmazioni fino ai giorni nostri;
- **rafforzare la percezione positiva del ruolo dell'Unione europea** attraverso una valorizzazione del suo intervento nell'ambito delle politiche regionali in un'ottica di sviluppo innovativo e sostenibile dei territori rurali;
- accorciare la distanza tra istituzioni e società regionale, promuovendo una **maggiore trasparenza e semplicità** di accesso alle informazioni e **rafforzando il dialogo e la partecipazione** tra potenziali beneficiari e responsabili della PA;
- **migliorare la conoscenza** dell'opinione pubblica sui **risultati** delle politiche Ue per l'agricoltura e per lo sviluppo rurale, focalizzando l'attenzione su **progetti e buone pratiche** percepibili;
- **rafforzare le reti di partenariato** locale rendendo soprattutto più sinergiche le azioni per migliorare l'efficacia di informazione e comunicazione su tutto il territorio.

Gli obiettivi della strategia di comunicazione del Csr Toscana 2023-2027, quindi, partono proprio dalle linee già tracciate negli anni passati e si focalizzano, soprattutto per quanto riguarda gli obiettivi specifici, su interventi mirati in quegli ambiti che si sono dimostrati più deboli e dove è stato necessario ripensare o ridefinire il traguardo da raggiungere.

Gli **obiettivi generali (OG)** individuati per la Strategia di comunicazione sono i seguenti:

- 1) migliorare il livello di percezione e conoscenza del Csr Toscana 2023-2027 in termini di opportunità offerte e risultati attesi e raggiunti (OG1);
- 2) rafforzare la percezione positiva del ruolo dell'Ue e le possibilità di utilizzo del Feasr (OG2);
- 3) accorciare la distanza tra istituzioni e società promuovendo la trasparenza, la semplicità di accesso, il dialogo e la partecipazione (OG3);
- 4) migliorare la conoscenza sui risultati del Csr Toscana e delle politiche dell'Ue (OG4);
- 5) rafforzare la rete di partenariato (OG5);
- 6) migliorare la comunicazione di supporto ai beneficiari attuali (OG6);
- 7) semplicità, comprensibilità, familiarità (OG7);
- 8) interattività, coinvolgimento, partecipazione, collaborazione, trasparenza (OG8).

Tutti gli obiettivi sopra specificati concorrono al raggiungimento di un principio fondamentale di questa strategia: portare a conoscenza di cittadini e beneficiari, attuali e potenziali, le finalità e le modalità operative degli interventi finanziati con il Csr Toscana, creando le condizioni per un accesso trasparente e semplificato ai regimi di sostegno e alla conoscenza dei risultati ottenuti nell'ambito dello sviluppo rurale.

Gli **obiettivi specifici (OS)** sono:

- 1) far conoscere il Csr Toscana a tutti i potenziali beneficiari presenti sul territorio regionale e ai partner (autorità locali, organizzazioni professionali, enti, ecc.) che svolgeranno un ruolo attivo di informazione nei confronti degli attuali e potenziali beneficiari (OS1);
- 2) rendere noti a tutti i potenziali beneficiari, le opportunità di cofinanziamento, i contributi del Feasr e le modalità per l'accesso ai contributi. In tale contesto sarà rilevante anche il ruolo svolto dalle organizzazioni delle imprese agricole e dai Gal per fornire informazioni puntuali relative alle modalità di sostegno finanziario alle imprese (OS2);
- 3) fornire ad attuali e potenziali beneficiari, oltre ai partner di settore, informazioni chiare, complete e aggiornate sull'adozione del Csr, sul suo avanzamento, sugli esiti degli interventi attivati e sulla sua conclusione (OS3);
- 4) fornire informazioni su bandi, procedure e tutte le condizioni da rispettare per poter beneficiare delle risorse disponibili, creando le condizioni per un accesso trasparente e semplificato ai regimi di sostegno e alla conoscenza dei risultati ottenuti nell'ambito dello sviluppo rurale (OS4);
- 5) informare la popolazione toscana in merito alle realizzazioni e ai risultati ottenuti grazie agli aiuti garantiti dal Csr (OS5);

- 6) rafforzare la collaborazione con il partenariato (OS6);
- 7) fornire servizi e prodotti con un approccio centrato sul ruolo del cittadino e del partenariato, aumentando il coinvolgimento e rafforzando il dialogo (*citizen centred approach*) (OS7);
- 8) creare un nuovo sistema identitario del Csr Toscana 2023-2027, in linea con le indicazioni dell'AdGn (OS8);
- 9) dare evidenza ai progetti particolarmente significativi, allo scopo di far comprendere all'opinione pubblica, all'Unione europea e allo Stato italiano che si lavora insieme per obiettivi comuni e concreti, creando una posizione paritaria e familiare nei confronti della regione Toscana, per stimolare l'accesso ai servizi (OS9).

Le strategie per la realizzazione delle attività di comunicazione sono differenziate a seconda dei destinatari. I **destinatari delle azioni di informazione e comunicazione** possono essere suddivisi in tre principali tipologie:

- l'opinione pubblica in generale;
- i beneficiari potenziali ed effettivi;
- i media e i moltiplicatori dell'informazione;
- il partenariato e gli stakeholders.

La necessità di svolgere un'attività di comunicazione rivolta a target distinti si traduce nell'individuazione di azioni di comunicazione specifiche che saranno pianificate in modo sinergico al fine di poterne garantire una migliore visibilità e una maggiore efficacia.

È prevista, inoltre, una definizione chiara del pubblico di riferimento, per rafforzare l'efficacia dei messaggi di comunicazione e la declinazione degli stessi sulla base di prerequisiti specifici e diversificati, che permettano una migliore taratura dei contenuti ai diversi target. In particolare, nella segmentazione delle fasce di pubblico si terrà conto sempre più delle **donne** e delle **giovani generazioni**, intese come audience specifica del Csr, privilegiando gli strumenti e i canali di comunicazione che permettono di costruire azioni di comunicazione immediate ed efficaci.

3.2 Parole chiave

La Regione Toscana può contare su risorse per lo sviluppo rurale che costituiranno la leva per una crescita razionale, sostenibile e condivisa che favorisce lo sviluppo economico dei territori rurali. In quest'ottica la comunicazione del fondo Feasr è legata ad alcune parole chiave che vale la pena passare in rassegna.

Innovazione, quale impulso al cambiamento, non solo in senso strettamente tecnologico ma soprattutto come motore economico e sociale dei territori rurali.

Competitività, intesa come capacità di essere concorrenziali sui mercati potendo contare non solo sull'effetto trascinamento del brand "Toscana" ma soprattutto sulla capacità di saper fare dei nostri imprenditori agricoli.

Sostenibilità, declinata nelle sue accezioni più significative (ambientale, economica e sociale) che concorrono congiuntamente alla determinazione del benessere e del progresso di questi territori.

Cambiamento, quale antidoto dell'involuzione del sistema e frutto di un processo che, partendo dai singoli coinvolga aziende, istituzioni ed enti nella continua riformulazione di idee e dei modi di operare. Cambiamento che "tradizionalmente" ha caratterizzato da sempre la storia della Toscana e dei suoi territori.

Semplificazione, orientata alla riduzione dei costi e degli effetti prodotti sui cittadini, sulle imprese, sulla loro organizzazione e sul loro funzionamento attraverso la razionalizzazione organica e sistematica delle procedure che impongono un carico burocratico non compatibile con i criteri di efficienza ed efficacia.

Flessibilità, orientata a focalizzare l'attenzione in maniera pragmatica sugli obiettivi dello Sviluppo rurale, sui bandi, sull'informazione ai beneficiari, in modo dinamico e flessibile per rispondere alle esigenze specifiche che emergono nel corso dell'attuazione del programma.

In considerazione degli elementi di innovazione che si intendono introdurre si è già provveduto a rinnovare l'immagine grafica del Csr Toscana 2023-2027. Specifici pay off caratterizzeranno e accompagneranno singole campagne e iniziative, se ritenuto necessario.

3.3 Destinatari della comunicazione (target)

La strategia prevede per la sua realizzazione diversi strumenti (*media mix*) e messaggi che potrebbero variare a seconda dei destinatari. Il target è prima di tutto suddivisibile in due distinti gruppi: quelli esterni al processo pubblico di attivazione del Csr Toscana 2023-2027 e quelli interni a tale processo.

Gli esterni a loro volta sono riconducibili a quattro tipologie ben definite: l'opinione pubblica in generale ovvero i cittadini; i beneficiari potenziali ed effettivi; i media e i moltiplicatori dell'informazione; il partenariato e gli *stakeholders*.

Di seguito il dettaglio.

3.3.1. Esterni

Per **cittadini (opinione pubblica)** si intendono tutte le categorie di soggetti residenti e operanti in Toscana, sia nelle zone rurali che altrove. Particolare attenzione verrà data a specifici focus target in base alle esigenze espresse nei piani annuali e derivanti dai risultati del monitoraggio quali-quantitativo, come successo anche in passato.

Rientrano fra i **beneficiari attuali e potenziali degli interventi**:

- le imprese agricole, agroforestali e agroindustriali, singole e associate, che operano nell'ambito della produzione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti;
- le imprese operanti in zone rurali;
- i proprietari e i gestori delle aree forestali;
- gli enti locali e territoriali (Comuni, comunità montane, consorzi di bonifica e forestali, parchi, enti gestori SIC e ZPS, ecc.);
- i Gruppi di azione locale;
- i promotori dei progetti integrati di filiera;
- le università, gli organismi di ricerca e quanti altri individuati dal Csr;
- altri potenziali beneficiari del contesto rurale.

I **moltiplicatori dell'informazione** invece sono essenzialmente riconducibili agli organi di informazione e fra essi:

- il sistema dei media tradizionali e dei new media, locali, regionali e nazionali;
- i social media;
- i centri d'informazione sull'Europa;
- i Gal;
- gli *stakeholder*.

Sono ascrivibili fra i **partner di settore**:

- le associazioni degli enti locali;
- le organizzazioni professionali e le associazioni di categoria;
- le parti economiche e sociali;
- le organizzazioni no-profit e le associazioni a difesa dei consumatori;
- i Gal;
- gli *stakeholder*;
- le organizzazioni attive nella tutela e difesa dell'ambiente e nel perseguimento della parità tra uomo e donna.

Fra i moltiplicatori dell'informazione particolare importanza sarà assunta dagli specifici canali informativi di alcuni partner di settore, come, ad esempio, le organizzazioni delle imprese agricole, i Gal e altri soggetti del partenariato economico-sociale. La **collaborazione con i partner**, di conseguenza, sarà di particolare rilevanza per questa programmazione e potrà portare a un loro diretto coinvolgimento in alcune azioni specifiche di comunicazione, così come sarà eventualmente dettagliato nei piani di comunicazione annuali.

3.3.2. Interni

- Autorità di gestione Feasr regionale;
- Autorità di gestione Feasr delle altre regioni
- Autorità di gestione Feasr nazionale;
- Organismo pagatore (ARTEA);

- Valutatore indipendente, se previsto;
- Agenzie regionali interessate (ad esempio, Ente Terre di Toscana, Irpet, ecc...);
- Dirigenti e funzionari degli altri settori regionali prossimi al settore agricoltura (in una logica intersettoriale) o degli altri fondi europei.

3.4 Quadro logico obiettivi generali e specifici, risultati attesi e target

Per fornire una panoramica migliore degli obiettivi generali (OG) e degli obiettivi strategici (OS) si propone di seguito una tabella riepilogativa, che prevede un incrocio fra questi, i risultati attesi e i target.

Tabella 1 - OG, OS, risultati attesi, target

Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)	Risultati attesi (RA)	Target
1. Migliorare il livello di percezione e conoscenza del CSR Toscana in termini di opportunità offerte e risultati attesi e raggiunti (OG1)	1. Incrementare l'informazione sul CSR (OS1)	1. Maggiore consapevolezza del Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura.	cittadini, beneficiari potenziali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder
	2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del CSR (OS2)	2. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e percezione delle informazioni da parte dei target (soddisfazione sulle informazioni ricevute).	beneficiari potenziali, stakeholder
2. Rafforzare la percezione positiva del ruolo dell'Ue e le possibilità di utilizzo del Feasr (OG2)	1. Incrementare l'informazione sul CSR (OS1)	1. Maggiore consapevolezza del Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura.	cittadini, beneficiari potenziali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder
	2. Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del CSR (OS2)	2. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e percezione delle informazioni da parte dei target (soddisfazione sulle informazioni ricevute).	beneficiari potenziali, stakeholder
	3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti CSR (OS3)	3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il CSR Toscana. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari.	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali
3. Accorciare la distanza tra istituzioni e società promuovendo la	1. Incrementare l'informazione sul CSR (OS1)	1. Maggiore consapevolezza del Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura.	cittadini, beneficiari potenziali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder

trasparenza, la semplicità di accesso, il dialogo e la partecipazione (OG3)	2. <i>Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti del CSR (OS2)</i>	2. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità e percezione delle informazioni da parte dei target (soddisfazione sulle informazioni ricevute).	beneficiari potenziali, stakeholder
	3. <i>Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)</i>	3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il CSR Toscana. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari.	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali
	4. <i>Consolidare le attività di supporto e assistenza (OS4)</i>	4. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità. e consapevolezza del supporto da parte dei target.	beneficiari attuali, stakeholder, partner istituzionali
	5. <i>Aumentare la consapevolezza su esiti e impatto (OS5)</i>	5. Livello di percezione della trasparenza dei processi relativi alla spesa del Feasr presso i gruppi target.	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali
	6. <i>Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)</i>	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard.	beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali
	7. <i>Fornire servizi e prodotti con un approccio centrato sul ruolo del cittadino e del partenariato. Coinvolgimento. Rafforzamento del dialogo (citizen centred approach) (OS7)</i>	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard.	cittadini, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali
4. Migliorare la conoscenza sui risultati del CSr Toscana e delle politiche dell'Ue (OG4)	1. <i>Incrementare l'informazione sul CSR (OS1)</i>	1. Maggiore consapevolezza del Feasr. Interesse verso i fondi europei e la PAC. Fiducia e atteggiamento positivo nei confronti dei fondi e dell'importanza dell'Ue, dello Stato e della Regione nel sostegno all'agricoltura.	cittadini, beneficiari potenziali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder

	3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)	3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il CSR Toscana. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari.	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali
	5. Aumentare la consapevolezza su esiti e impatto (OS5)	5. Livello di percezione della trasparenza dei processi relativi alla spesa del Feasr presso i gruppi target.	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali
5. Rafforzare la rete di partenariato (OG5)	3. Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti (OS3)	3. Livello di conoscenza e consapevolezza degli interventi finanziati e realizzati con il CSR Toscana. Opinione dei target su utilità e vantaggi degli interventi realizzati. Livello di coinvolgimento e azioni di comunicazione degli interventi realizzati dai beneficiari.	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali
	6. Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard.	beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali
6. Migliorare la comunicazione di supporto ai beneficiari attuali (OG6)	4. Consolidare le attività di supporto e assistenza (OS4)	4. Qualità e tipo di fonti di informazione. Percezione della qualità. e consapevolezza del supporto da parte dei target.	beneficiari attuali, stakeholder
7. Semplicità, comprensibilità, familiarità (OG7)	8. Costruire un nuovo sistema identitario del PSR (OS8)	7. Accessibilità delle informazioni, specie per i beneficiari, per i quali sono previsti obblighi informativi. Livello di consapevolezza della cittadinanza	cittadini, beneficiari attuali, moltiplicatori dell'informazione, stakeholder, partner istituzionali
8. Interattività, coinvolgimento, partecipazione, collaborazione, trasparenza (OG8)	9. Sviluppare l'attività di informazione ed educazione per creare una maggiore consapevolezza. Creare una posizione paritaria e familiare nei confronti della Regione per stimolare l'accesso a servizi (OS9)	6. Partecipazione attiva alla comunicazione. Livello di consapevolezza e soddisfazione della condivisione di obiettivi e standard.	cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari attuali, stakeholder

3.5 Azioni della comunicazione

La strategia comunicativa si articolerà in una serie di azioni che accompagneranno l'attuazione delle politiche di sviluppo rurale sul territorio toscano. Tali azioni saranno progettate con riferimento agli obiettivi fissati e ai destinatari individuati, mediante l'utilizzo di strumenti e canali tradizionali e innovativi.

Per attuare una comunicazione efficace è condizione essenziale utilizzare un linguaggio semplice, accessibile a tutti e privo di inutili tecnicismi o di codici burocratici.

Assume pertanto importanza non utilizzare termini amministrativi e veicolare le informazioni, i contenuti del programma e i risultati raggiunti "traducendo" concetti e termini tecnici con uno stile informativo oggettivo e parole di uso corrente per garantire la massima accessibilità alle informazioni da parte di tutti.

In generale, è comunque importante garantire che la strategia sia attuata utilizzando le azioni, i canali e i mezzi di volta in volta più adeguati in relazione ai target da raggiungere, mirando comunque alla massima copertura mediatica - così come indicato anche dalla Commissione europea - al fine di assicurare un elevato indice di impatto sui destinatari e una penetrazione capillare nel territorio.

La strategia di comunicazione prevede un percorso articolato principalmente intorno a due fasi:

- una prima fase di "start - up", finalizzata principalmente a creare "attenzione e interesse nei confronti dello sviluppo rurale in Toscana" e a diffondere informazioni mirate sulle opportunità. In questa fase la comunicazione sarà maggiormente incentrata sulla promozione dei bandi e delle varie modalità di accesso ai finanziamenti e sulle informazioni relative alle procedure, ai criteri di selezione e alle condizioni di ammissibilità da rispettare per poter beneficiare delle risorse disponibili;
- una seconda fase mirata a diffondere la conoscenza sui risultati complessivi raggiunti anche attraverso la presentazione dei progetti più significativi realizzati e delle buone pratiche e dunque maggiormente indirizzata verso il target del pubblico generale.

In linea generale, la strategia di comunicazione procederà in parallelo con l'implementazione del CSR Toscana 23-27.

3.5.1. Il logo Sviluppo rurale Toscana

Dal punto di vista della riconoscibilità delle azioni attivate dal CSR Toscana 2023-2027, si è ritenuto indispensabile adottare una nuova **immagine grafica coordinata**. In tal senso tutte le azioni di comunicazione saranno caratterizzate da un segno grafico distintivo che idealmente ricomprenda la Regione Toscana, l'Europa e il concetto di sviluppo rurale. Il **logo** sarà riprodotto in modo da caratterizzare costantemente l'azione di comunicazione su tutto il materiale prodotto.

L'idea grafica del logo del CSR Toscana 2023-2027 contiene in sé molte delle parole chiave precedentemente elencate ovvero: **innovazione, sostenibilità, cambiamento, semplificazione e flessibilità**.

Il nuovo logo, infatti, unisce, nella sua semplicità e al veloce e immediato richiamo al mondo rurale, dato dalla spiga di grano, gli elementi di innovazione e cambiamento, rappresentati dalle nervature della spiga che altro non sono se non connessioni di rete. La costruzione del logo, inoltre, richiama le linee tondeggianti del logo precedente nella volontà di collegare il cambiamento con una tradizione di sviluppo rurale che dura da parecchie programmazioni. Il logo, inoltre, è stato reso più impattante e fresco anche nella scelta dei colori, per renderlo più moderno, pur non dimenticando le caratteristiche cromatiche della precedente programmazione, ma, anzi, partendo da quella base per modernizzare il logo e renderlo ancora più riconoscibile.



Infine, nel rifacimento del logo si è tenuto conto della volontà di sganciare il concetto di sviluppo rurale toscano dai tecnicismi legati alle singole programmazioni (PSR, CSR) per avvicinarsi al target di riferimento utilizzando solamente concetti più comprensibili e immediati. Rimane il richiamo al periodo programmatico con il solo utilizzo di "2023-2027".



Di seguito anche la striscia dei loghi istituzionali:

Il nuovo logo, anche inserito nella striscia dei loghi istituzionali e con dimensioni ridotte, proprio per la sua semplicità e immediatezza, risulta facilmente riconoscibile e molto leggibile.

Il design essenziale comunica serenità e supporto. La porzione di cerchio, costruita dalla spiga, fornisce una sensazione immediata di una figura avvolgente che trasmette sostegno e rappresenta in parte la ciclicità della vita rurale e delle politiche di sviluppo rurale. Dalla base, inoltre, la spiga accompagna l'occhio verso l'alto rappresentando il processo naturale di crescita e il sostegno che le politiche di sviluppo rurale possono dare a imprese, territorio, cittadini, giovani, donne, ecc. per aiutarli a crescere.

Per tutti i dettagli di utilizzo del logo, si rimanda al relativo Manuale.

3.5.2. Il sito web Sviluppo rurale Toscana

Per quanto riguarda i canali e i mezzi di informazione e comunicazione che garantiscano la più ampia visibilità alle opportunità di finanziamento, la Regione Toscana mette a disposizione una specifica sezione del proprio sito web istituzionale dedicata allo Sviluppo rurale Toscana (<https://www.regione.toscana.it/sviluppo-rurale-2023-2027>) in cui sono reperibili informazioni relative al programma, alla normativa, ai bandi, alle iniziative, all'elenco degli interventi, alla gestione, alla sorveglianza e alle attività di comunicazione e informazione.

Sul nuovo sito web, oltre a quanto sopra, il visitatore ha anche la possibilità di dialogare con la Regione Toscana in modo partecipativo e collaborativo. In queste pagine infatti è stato creato un "ambiente di partecipazione", concepito secondo il modello della "comunicazione generativa" (elaborato nel volume omonimo: Toschi 2011), che ha come obiettivo quello di mettere a sistema tutte le conoscenze, le competenze e le necessità dei soggetti coinvolti nel CSR. Si tratta del modulo di partecipazione on line (che si attiva con il tasto "Scrivici") attraverso il quale tutti i soggetti interessati possono inviare proposte, osservazioni, richieste di informazioni sullo Sviluppo rurale Toscana e sulle sue opportunità. Il modulo, già attivo nella precedente programmazione, ha sempre riscontrato tra il pubblico un ottimo successo. Si suddivide in due form:

<https://www.regione.toscana.it/sviluppo-rurale-2023-2027-form-scrivici>

<https://www.regione.toscana.it/sviluppo-rurale-2023-2027/scrivici>

Per le risposte è stato creato uno specifico account partecipa.svilupporurale2023-2027@regione.toscana.it.

Inoltre, il sito web è stato strutturato in modo da fornire contenuti più efficaci e più immediati dal punto di vista comunicativo, per rivolgersi sia agli utenti che conoscono già le dinamiche del CSR, sia a coloro che non ne hanno ancora conoscenza.

Il sito web dedicato si lega inoltre, non solo con il precedente periodo di programmazione, ma anche con l'attività di storytelling sui risultati che è possibile consultare qui: <https://www.regione.toscana.it/sviluppo-rurale-racconti>.

Questa sezione consente di toccare con mano i progetti già realizzati, facendo capire a tutti, anche a chi non è del settore, cosa possono fare i beneficiari con il supporto delle politiche di sviluppo rurale. I beneficiari diventano quindi "ambasciatori" dello sviluppo rurale in Toscana, attraverso video, foto e testi descrittivi dei progetti cofinanziati.

3.6 Modalità di realizzazione della comunicazione

In riferimento al target identificato, le azioni di informazione e comunicazione dovranno puntare a perseguire gli obiettivi individuati, in primo luogo:

- utilizzare al meglio le opportunità di finanziamento,
- assicurare l'accesso alle informazioni nella maniera più diretta e chiara possibile,
- riportare alla cittadinanza le informazioni relative ai risultati degli interventi realizzati.

Le azioni di comunicazione possono essere raggruppate in base alle seguenti macro categorie:

- campagne di comunicazione su stampa, emittenti radiofoniche ed emittenti televisive,
- pubblicazioni tematiche,
- rapporti con i media, produzione di format e prodotti audiovisivi,
- comunicazione digitale (sito web dedicato, open data, pubblicazioni in formato digitale, canali social, ecc.),
- comunicazione diretta (mailing list),
- eventi (convegni, seminari, workshop, ecc.),
- gadget promozionali.

Per tutti i materiali di comunicazione che saranno prodotti, si cercherà il più possibile di verificare la possibilità e la fattibilità per renderli disponibili anche in format accessibili alle persone con disabilità attraverso i seguenti accorgimenti:

- rispetto delle linee guida AgID per i siti della PA;
- prevedere nei video i sottopancia testuali e/o la traduzione LIS;
- predisporre le pubblicazioni per un'adeguata veicolazione online che dovranno essere progettati per facilitare la lettura da parte degli appositi software per non vedenti;
- altro da valutare caso per caso (come, ad esempio, la realizzazione di incontri, convegni, eventi in ambienti e contesti privi di ostacoli architettonici).

3.6.1. Canali e strumenti per le attività della comunicazione

Per rendere il più possibile chiara e completa l'analisi dei canali e degli strumenti della comunicazione che si intende impiegare per il CSR Toscana 2023 - 2027 si utilizzano di seguito due distinte modalità di illustrazione.

La prima ha come riferimento i destinatari, per i quali vengono indicati nel dettaglio i canali e gli strumenti per le singole azioni nella consapevolezza che nonostante la specificità di ogni categoria di soggetti/obiettivi ogni singola attività si inquadra in un sistema di comunicazione integrato. La seconda modalità ha come riferimento, invece, i diversi mezzi utilizzabili.

	Sito web e social	News - newsletter	Eventi	Attività giornalistica - Campagne	Materiali informativi	Incontri con giornalisti	Incontri con partenariato	Storytelling	House organ OOPP	Infografiche	Open data	Grafica e img coordinata	Kit beneficiari
Destinatari – Obiettivi													
Beneficiari potenziali	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Beneficiari attuali	X	X	X		X		X	X	X	X	X	X	X
Cittadini	X	X	X	X	X	X		X		X	X		
Moltiplicatori dell'informazione	X		X	X	X	X		X	X		X	X	
Stakeholders	X	X	X		X	X		X	X		X	X	

	Sito web e social	News - newsletter	Eventi	Attività giornalistica - Campagne	Materiali informativi	Incontri con giornalisti	Incontri con partenariato	Storytelling	House organ OOPP	Infografiche	Open data	Grafica e img coordinata	Kit beneficiari
Partner istituzionali	X	X	X		X		X	X		X	X	X	
Partner interni	X		X		X		X	X		X	X	X	

3.6.2. Canali e strumenti: i mezzi utilizzabili

Una seconda modalità di lettura dei canali e degli strumenti utilizzabili per l'attivazione delle iniziative di comunicazione e informazione parte, invece, dall'analisi dei mezzi utilizzabili. Vale la pena ribadire il principio che si intende seguire per il quale le tipologie d'azione previste e i relativi mezzi impiegati saranno usati in maniera diversificata con l'obiettivo di utilizzare al massimo tutte le loro potenzialità. I vari strumenti operativi saranno, inoltre, utilizzati tenendo conto anche delle indicazioni che emergeranno dal sistema di monitoraggio e valutazione e dalle eventuali indicazioni del Masaf per un maggiore coordinamento dei canali.

La finalità è quella di raggiungere una platea di soggetti più vasta possibile, fornendo informazioni adeguate alle esigenze di ciascuno. Tramite le opportunità offerte dall'innovazione e dalla possibilità di organizzare eventi nelle sedi meno facilmente raggiungibili sarà dato seguito all'esigenza prioritaria di raggiungere anche le aree territorialmente più periferiche rispetto ai centri, aree in cui è maggiore la necessità di attivare azioni di sviluppo rurale.

Strumenti di rete

Sito internet: la Regione Toscana dispone già di una sezione del suo sito internet ufficiale appositamente dedicata allo sviluppo rurale (<https://www.regione.toscana.it/sviluppo-rurale-2023-2027>). La particolare attenzione a questo strumento di supporto è finalizzata a rendere più rapida ed esaustiva l'informazione e la comunicazione relativa al CSR. Saranno assicurate informazioni specifiche sulle procedure di attuazione del complemento, le modalità di presentazione delle domande, la pubblicazione dei bandi e tutti i comunicati stampa della Regione su questo argomento. Le informazioni saranno costantemente aggiornate così come i link ai siti delle altre amministrazioni coinvolte nel Programma (Masaf, Rete rurale nazionale, Rete rurale europea, Artea, Unione europea). Sarà verificata la fattibilità tecnica della pubblicazione degli open data in formato aperto CSV.

Newsletter: la newsletter è attiva da diversi anni e ha riscosso un certo successo di pubblico, ma nel corso del 2023/2024 sarà oggetto di un restyling importante per fare in modo che continui a rimanere un valido strumento per promuovere i contenuti del sito e le novità pubblicate in merito al CSR: bandi, eventi, monitoraggi, valutazioni. L'iscrizione alla newsletter è possibile direttamente dal sito internet sopra citato.

Social media: per definizione sono strumenti che permettono a chiunque di avere accesso alle informazioni. Per questo motivo si ritiene che il loro utilizzo nella divulgazione delle informazioni sul CSR Toscana rivesta un ruolo importante e debba essere incentivato. Anche questi canali saranno oggetto di revisione nel primo biennio con lo scopo di creare degli account dedicati uscendo da quelli regionali

Mass media

Informazione su quotidiani e periodici specializzati: questi mezzi saranno utilizzati sia per momenti promozionali, sia per informazioni più approfondite su momenti significativi o tappe importanti dell'attuazione del CSR. A tal fine sarà attivata la collaborazione con l'Agenzia Toscana Notizie. Questo consentirà di avere una visione d'insieme coordinata degli interventi programmabili con gli organi di stampa regionali e locali, con le testate periodiche specializzate, con gli house organ dei partner di settore individuati di volta in volta in funzione del messaggio informativo e dei potenziali beneficiari cui il messaggio è destinato. Lo scopo è quello di avere una visione organica dei sistemi di veicolazione di note stampa, inserti, campagne pubblicitarie, interviste, eccetera.

Informazione radiofonica: attraverso la collaborazione con il settore comunicazione della Regione Toscana le formule contrattuali convenzionate stipulate dal medesimo, saranno attivate iniziative che prevedono l'uso del mezzo radiofonico a livello regionale e locale per organizzare, a seconda dell'esigenza: spot informativi, passaggi radiofonici, partecipazioni a trasmissioni di approfondimento.

Informazione televisiva: analogamente a quanto attivato per i mezzi radiofonici la Regione Toscana ha avviato formule contrattuali convenzionate anche con le emittenti televisive regionali per la fornitura di servizi, sia di produzione, sia di messa in onda. Si ipotizza l'uso di diversi "prodotti" televisivi: spot pubblicitari; format giornalistici; video e documentari.

Organizzazione di eventi e fiere

Partecipazione a manifestazioni e fiere: si prevede di attivare momenti informativi in occasione di eventi culturali in ambito agricolo, ambientale ed economico a livello regionale, ma anche eventi d'interesse locali. Entrambe le tipologie di manifestazioni devono però essere caratterizzate da un'alta presenza dei beneficiari attuali e potenziali. In tali contesti, si prevede di organizzare la presenza strutturata di punti informativi attraverso i quali poter distribuire il materiale informativo e i supporti divulgativi sul CSR Toscana contribuendo così all'organica distribuzione territoriale della comunicazione.

Altri eventi: nei diversi piani annuali saranno inseriti altri eventi, in base alle esigenze e se ritenuto opportuno.

Prodotti editoriali propri

Brochure: si ipotizza di dare alle stampe una pubblicazione necessaria per perseguire il principio della "trasparenza" per spiegare come funziona il CSR e quali sono gli interventi. Si ritiene, quindi, importante tradurre in modo semplice che cos'è il CSR attraverso un testo illustrativo delle possibilità di sostegno previste per i diversi comparti produttivi o per le diverse tematiche interessate dal Complemento in modo tale da consentire a chiunque di apprezzare l'importanza delle opportunità offerte dalle politiche di sviluppo rurale regionale.

Materiale informativo (below the line): verrà predisposto materiale informativo quale: dépliant e brochure, manifesti, locandine e volantini, opuscoli, ecc. Si farà un uso oculato di questi strumenti in prevalenza per le situazioni di animazione territoriale e per la valorizzazione di iniziative che si realizzano in aree meno conosciute o per settori di rilevanza locale.

Linee guida di supporto ai beneficiari: i beneficiari finali, una volta ottenuto il finanziamento pubblico, dovranno comunicare che il sostegno ricevuto è cofinanziato dal Feasr e dovranno indicare l'intervento del CSR Toscana 2023 – 2027 all'interno della quale è stato collocato il progetto finanziato, così da assicurare gli obblighi di pubblicità.

Campagne

La progettazione, il finanziamento e la realizzazione di campagne promo – pubblicitarie impone l'uso coordinato di varie tipologie di mezzi di comunicazione. L'esigenza di attivare questi "blocchi comunicativi" è sentita, sia nella fase di lancio dei bandi, sia in quella di "rendicontazione" pubblica dei risultati ottenuti con il finanziamento delle attività.

Sinergie di comunicazione con la RRN e il Masaf

Le necessarie sinergie con la Rete rurale nazionale sono in corso da tempo e con la nuova programmazione saranno ulteriormente rafforzate.

Tali attività possono riguardare, tra le altre e a mero titolo di esempio:

- individuazione di collaborazioni specifiche per la **comunicazione sui social network** tramite il sistema delle menzioni reciproche e la condivisione di post, in modo da aumentare il senso di fiducia del target di riferimento attraverso un sistema di comunicazione che facilmente apre al dialogo e che necessariamente comporta una semplificazione del linguaggio;
- scambi di link e/o collegamento ad hoc, tramite i portali Internet;
- possibilità di individuare alcuni temi chiave sui quale agire in maniera sinergica in occasione degli **eventi** cui partecipa la RRN o l'AdGr del CSR Toscana.

Per realizzare tali sinergie, sarà necessario rafforzare il sistema di raccordo e coordinamento attualmente esistente tra la RRN e l'AdGr del CSR Toscana, tenendo conto della Figura 1.1 “Schema di raccordo” e della Tabella 1.2 “Schema di governance”, riportate nelle prossime pagine così come esposte nel Piano di Comunicazione Generale del Piano Strategico Nazionale della PAC per il periodo di programmazione 2023 – 2027.

FIGURA 1.1 – SCHEMA DI RACCORDO

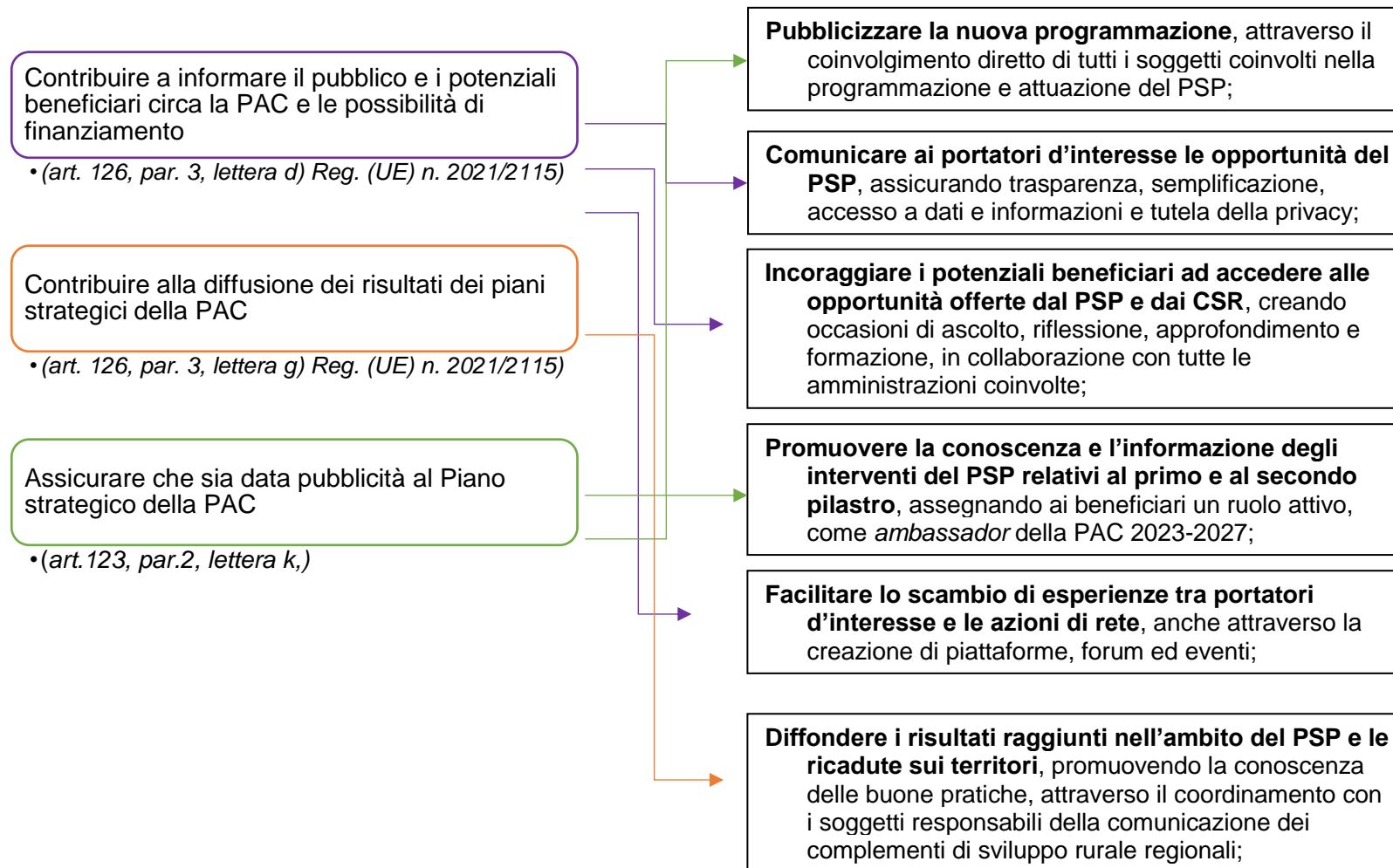


TABELLA 1.2 – SISTEMA DI GOVERNANCE

Soggetto coinvolto	Attività
<p>Dipartimento delle politiche europee e internazionali e dello sviluppo rurale (AdGN)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Collabora con le Autorità di Gestione delle Regioni e PP. AA. (AdGR) in sede di Coordinamento delle AdG ai fini della definizione degli elementi costitutivi del Piano di Comunicazione Generale del PSP, che indica le misure di comunicazione inerenti al Piano strategico nel suo complesso e gli indirizzi per l'armonizzazione complessiva delle attività di comunicazione inerenti ai diversi tipi di intervento del PSP. • Sottopone il Piano di Comunicazione Generale del PSP al parere del Comitato di Monitoraggio Nazionale. Qualora quest'ultimo formuli rilievi o osservazioni, l'AdGN provvede alla loro analisi e all'allineamento del documento. Una volta acquisito il parere positivo del Comitato, l'AdGN adotta il Piano di Comunicazione Generale del PSP e lo notifica ai soggetti interessati.
<p>Direzione Generale Sviluppo Rurale (DISR)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Assicura la redazione del Piano di Comunicazione Generale del PSP • Indirizza e coordina le attività di comunicazione generali, incluse eventuali procedure di affidamento a terzi della realizzazione delle stesse • Assicura il coinvolgimento delle Regioni e PP.AA. nel rispetto della governance multilivello (Istituzione del Gruppo di Coordinamento dei responsabili della Comunicazione_GCC) • Assicura le attività di comunicazione e pubblicità degli interventi di pertinenza dell'AdGN • Promuove il coordinamento con i comunicatori dei vari Programmi, con i rappresentanti della Commissione europea, delle Istituzioni nazionali, delle parti economiche e sociali e della società civile (Istituzione del Tavolo Consultivo della priorità 3 "People") • Assicura il rispetto delle disposizioni regolamentari in merito agli obblighi di pubblicazione dei documenti connessi al PSP. Tutte le azioni di comunicazione, informazione e pubblicità saranno realizzate attraverso la Rete nazionale della PAC
<p>AdGN, DISR</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestione e attuazione del Piano, anche attraverso l'implementazione di procedure di affidamento a soggetti terzi, individuati tra gli operatori economici specializzati del mercato • Cura del monitoraggio dell'avanzamento del piano e trasmissione periodica di dati di avanzamento della comunicazione istituzionale del PSP
<p>Autorità di Gestione regionali (AdGR)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Supporto al coordinamento del Piano di Comunicazione Generale • Collaborazione alle attività previste dal Piano di Comunicazione Generale • Informazione periodica sulle attività svolte e su quelle in programma verso AdG Nazionale e monitoraggio delle attività di comunicazione e condivisione degli indicatori con l'AdG Nazionale • Predisposizione e gestione del proprio piano di comunicazione annuale nella cornice del Piano di Comunicazione Generale • Realizzazione delle attività di comunicazione e pubblicità degli interventi di propria pertinenza • Predisposizione del proprio piano di monitoraggio, in accordo con il piano di monitoraggio nazionale

4. Risorse previste per le azioni di informazione e pubblicità

Le risorse per l'attuazione della strategia di comunicazione del CSR Toscana 2023 – 2027 sono reperibili all'interno della dotazione finanziaria destinata all'assistenza tecnica (che rappresenta l' 1,21% dell'intera dotazione quinquennale del CSR Toscana 2023-2027). Annualmente viene approvato dalla Giunta regionale un Piano generale di comunicazione nel quale sono indicate oltre alle attività di comunicazione della Giunta regionale e dei programmi comunitari anche quelle di Enti dipendenti, Agenzie e Fondazioni. In questo Piano annuale viene individuata la quota da destinare alle attività di comunicazione relativamente al fondo Feasr.

5. Organizzazione e governance regionali della comunicazione

Per l'attuazione della strategia, l'Autorità di Gestione opererà in raccordo e coordinamento con:

- l'**Autorità di gestione nazionale (AdGn)** e il **Gruppo di Coordinamento dei Responsabili della Comunicazione (GCC)**,
- gli **uffici della Direzione generale della Giunta regionale** che sovrintendono alla definizione e all'attuazione del Piano generale della comunicazione della Giunta regionale,
- la **testata istituzionale Toscana Notizie**, Agenzia di informazione della Giunta regionale toscana, che cura il portale web dell'ente, la piattaforma *opentoscana* e i rapporti con stampa, TV, radio e agenzie giornalistiche,
- le **strutture regionali preposte alla comunicazione** della Regione Toscana,
- **referenti regionali** responsabili degli interventi del CSR.

Per l'esecuzione della strategia è individuato un referente, che svolgerà un compito di coordinamento delle attività di informazione e comunicazione e sarà affiancato da uno staff interno. Tale struttura sarà integrata con figure professionali e tecniche di riferimento e servizi acquisiti nell'ambito dell'assistenza tecnica del programma. L'eventuale ricorso a competenze esterne per la fornitura delle singole attività/servizi sarà attuato nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale in materia di appalti pubblici di servizi.

Il referente della strategia avrà altresì il compito di assicurare i rapporti e la collaborazione con la Rete Rurale Nazionale e di coinvolgere, se del caso, altri organismi nelle iniziative di comunicazione e informazione, quali le associazioni degli enti locali (per quanto concerne i soggetti pubblici) e le associazioni di categoria (per quanto riguarda il sistema delle imprese) così come gli uffici di rappresentanza e gli uffici di informazione del Parlamento europeo e dell'EU CAP Network (https://eu-cap-network.ec.europa.eu/index_en), quali soggetti in grado di garantire, insieme agli uffici regionali, il massimo grado di diffusione delle informazioni ma anche dei contenuti strategici e operativi del CSR.

Sarà inoltre curata una rete informativa interna che coinvolgerà direttamente i referenti regionali responsabili degli interventi del CSR, quali "produttori" primari dei flussi informativi, e l'ufficio per le relazioni con il pubblico (URP), quale tramite di ascolto e primo indirizzo per un'utenza più consapevole.

Allo stesso tempo, è prevista una forma di coordinamento comunicativo dei programmi comunitari (Coesione Italia per il Fesr, Fse+, Feampa, Interreg Italia Francia Marittimo) come modalità integrata di rappresentazione del ruolo dell'Unione europea nelle politiche di coesione e di sviluppo territoriale della Regione nel suo insieme (attività di comunicazione plurifondo).

Tabella 2 - Governance interna

Attività	Referente interno Giunta	Referente interno CSR
Management	Presidenza –Dirigente Settore Comunicazione	Dirigente - Autorità di gestione
Sito web e contenuti	Presidenza - Settore Comunicazione - Redazione web	Autorità di gestione
Atti	Presidenza - Settore Comunicazione – Resp. Piano comunicazione	Autorità di gestione Direzione Agricoltura e sviluppo rurale - Comunicazione e resp. organizzazione eventi
Eventi pianificazione, (organizzazione - logistica) e cerimoniale	Presidenza, Settore Comunicazione – Resp. cerimoniale Presidenza - Settore Comunicazione – Resp. Piano comunicazione	Direzione Agricoltura e sviluppo rurale - Comunicazione e resp. organizzazione eventi Autorità di gestione Segreteria Assessore
Campagne di comunicazione (validazione, analisi e modalità)	Presidenza - Settore Comunicazione – Resp. Piano comunicazione	Autorità di gestione Segreteria Assessore
Relazioni con media e agenzie stampa	Presidenza - Settore Comunicazione – Giornalista	Funzionario responsabile per materia Segreteria Assessore

6. Monitoraggio della strategia di comunicazione

Le misure di informazione e comunicazione promosse nell'ambito del presente programma saranno oggetto di:

- valutazioni sul raggiungimento degli obiettivi fissati nella strategia di comunicazione in termini di visibilità e consapevolezza del ruolo della Ue e delle sue implicazioni nella vita dei cittadini, nonché di qualità delle informazioni sui finanziamenti europei,
- valutazioni delle azioni di comunicazione realizzate per misurarne l'impatto sui destinatari.

Tramite Iripet verrà realizzato il monitoraggio della comunicazione relativa ai fondi Feasr in Toscana dell'efficacia della strategia di comunicazione.

Il Monitoraggio della comunicazione relativa ai fondi PSR 2014-22 e Feasr 2023-27 in Toscana ha lo scopo di valutare i risultati ottenuti dalla campagna informativa attuata nel periodo di programmazione dall'Autorità di Gestione del fondo. Lo scopo principale dell'indagine è analizzare il grado di conoscenza da parte dei cittadini toscani in merito ai fondi e programmi Feasr in seguito alle azioni di comunicazione che verranno attuate entro il 2026 e misurare così l'efficacia della Strategia di comunicazione. I risultati saranno messi in comparazione sia con gli obiettivi quantitativi perseguiti dalla strategia di comunicazione per il periodo di programmazione 2023-27, sia con i livelli raggiunti già stimati tramite precedenti rilevazioni relative al periodo di programmazione 2014-22. Particolare attenzione sarà dedicata all'analisi dei risultati conseguiti dalla strategia di comunicazione su quelli che, stando alle precedenti rilevazioni, si configuravano come strati della popolazione a bassa consapevolezza del ruolo svolto dal Feasr.

ALLEGATO A – Disposizioni regolamentari

REGOLAMENTO (UE) 2021/2115 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 2 dicembre 2021 recante norme sul sostegno ai piani strategici che gli Stati membri devono redigere nell'ambito della politica agricola comune (piani strategici della PAC) e finanziati dal Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) e dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e che abroga i regolamenti (UE) n. 1305/2013 e (UE) n. 1307/2013

Pubblicato nella G.U.U.E. 6 dicembre 2021, n. L 435.

Titolo VI - Coordinamento e governance.

Articolo 123 Autorità di gestione

In vigore dal 7 dicembre 2021

...

2. L'autorità di gestione è responsabile dell'efficace, efficiente e corretta gestione e attuazione del piano strategico della PAC. Essa assicura in particolare:

...

j) che i beneficiari nel quadro di interventi finanziati dal FEASR diversi da interventi connessi alla superficie e agli animali riconoscano il sostegno finanziario ricevuto, anche tramite l'uso adeguato dell'emblema dell'Unione conformemente alle norme stabilite dalla Commissione in applicazione del paragrafo 5;

k) che sia data pubblicità al piano strategico della PAC, tra l'altro attraverso la rete nazionale della PAC, informando:

i) i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche e sociali, gli organismi coinvolti nella promozione della parità di genere e le organizzazioni non governative interessate (incluse le organizzazioni che operano nel settore dell'ambiente) circa le possibilità offerte dal piano strategico della PAC e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti dello stesso; e

ii) gli agricoltori, gli altri beneficiari e il pubblico circa i contributi dell'Unione all'agricoltura e allo sviluppo rurale tramite il piano strategico della PAC.

Per il sostegno finanziato dal FEAGA, ove opportuno, gli Stati membri affinché l'autorità di gestione utilizzi gli strumenti e le strutture di visibilità e comunicazione utilizzati dal FEASR.

3. Laddove le autorità di gestione regionali di cui al paragrafo 1, secondo comma, siano responsabili dell'espletamento delle funzioni di cui al paragrafo 2, l'autorità di gestione nazionale assicura un adeguato coordinamento tra tali autorità al fine di garantire coerenza e uniformità nella progettazione e nell'attuazione del piano strategico della PAC.

4. L'autorità di gestione nazionale o, se del caso, le autorità di gestione regionali possono delegare le funzioni a organismi intermedi. In tal caso, l'autorità di gestione delegante rimane pienamente responsabile dell'efficiente e corretta gestione ed esecuzione di dette funzioni e provvede affinché sussistano le opportune disposizioni che consentano all'organismo intermedio di disporre di tutte le informazioni e i dati necessari all'espletamento delle proprie funzioni.

5. La Commissione può adottare atti di esecuzione che stabiliscono condizioni uniformi per l'applicazione dei requisiti in materia di informazione, pubblicità e visibilità di cui al paragrafo 2, lettere j) e k). Tali atti di esecuzione sono adottati secondo la procedura d'esame di cui all'articolo 153, paragrafo 2.

Articolo 126 Reti nazionali e europee della PAC

In vigore dal 7 dicembre 2021

1. Ciascuno Stato membro istituisce una rete nazionale della politica agricola comune ("rete nazionale della PAC") per la creazione di una rete delle organizzazioni e delle amministrazioni, dei consulenti, dei ricercatori e di altri attori dell'innovazione nonché di altri attori nel settore dell'agricoltura e dello sviluppo rurale a livello nazionale al più tardi 12 mesi dopo l'approvazione del piano strategico della PAC da parte della Commissione. Le reti nazionali della PAC si basano sulle esperienze e sulle pratiche di rete esistenti negli Stati membri.

2. La Commissione istituisce una rete europea della politica agricola comune («rete europea della PAC») per il collegamento in rete delle reti, delle organizzazioni e delle amministrazioni nazionali nel settore dell'agricoltura e dello sviluppo rurale a livello di Unione.

3. Il collegamento in rete attraverso le reti nazionali e europee della PAC persegue i seguenti obiettivi:

a) aumentare il coinvolgimento di tutti i portatori di interessi pertinenti nell'attuazione dei piani strategici della PAC e, se del caso, nella loro elaborazione;

b) assistere le amministrazioni degli Stati membri nell'attuazione dei piani strategici della PAC e nella transizione verso un modello di attuazione basato sull'efficacia;

c) contribuire a migliorare la qualità dell'attuazione dei piani strategici della PAC;

d) contribuire a informare il pubblico e i potenziali beneficiari circa la PAC e le possibilità di finanziamento;

e) promuovere l'innovazione nel settore dell'agricoltura e dello sviluppo rurale nonché sostenere l'apprendimento tra pari, l'inclusione e l'interazione tra tutti i portatori di interessi nei processi di scambio e acquisizione delle conoscenze;

f) contribuire alla capacità e alle attività di monitoraggio e valutazione;

g) contribuire alla diffusione dei risultati dei piani strategici della PAC.

L'obiettivo di cui al primo comma, lettera d), è perseguito in particolare attraverso le reti nazionali della PAC.

4. Le funzioni delle reti nazionali e europee della PAC per il conseguimento degli obiettivi di cui al paragrafo 3 sono le seguenti:

a) raccolta, analisi e diffusione di informazioni sulle azioni e sulle buone pratiche messe in atto o sostenute nel quadro dei piani strategici della PAC nonché analisi degli sviluppi nell'agricoltura e nelle zone rurali relativi agli obiettivi specifici di cui all'articolo 6, paragrafi 1 e 2;

b) contributo all'acquisizione delle capacità delle amministrazioni degli Stati membri e di altri attori coinvolti nell'attuazione dei piani strategici della PAC, anche per quanto riguarda i processi di monitoraggio e valutazione;

c) creazione di piattaforme, forum ed eventi per facilitare lo scambio di esperienze tra portatori di interessi e l'apprendimento tra pari, inclusi, se del caso, gli scambi con reti in paesi terzi;

d) raccolta di informazioni - e sostegno alla loro diffusione - nonché messa in rete delle strutture e dei progetti finanziati, come i gruppi d'azione locali di cui all'articolo 33 del regolamento (UE) 2021/1060, i gruppi operativi del PEI di cui all'articolo 127, paragrafo 3, del presente regolamento e strutture e progetti analoghi;

e) sostegno a progetti di cooperazione tra i gruppi operativi del PEI di cui all'articolo 127, paragrafo 3, del presente regolamento, i gruppi d'azione locali di cui all'articolo 33 del regolamento (UE) 2021/1060 o analoghe strutture di sviluppo locale, compresa la cooperazione transnazionale;

f) creazione di collegamenti con altre strategie finanziate dall'Unione o reti;

g) contributo all'ulteriore sviluppo della PAC e alla preparazione dei periodi successivi del piano strategico della PAC;

h) nel caso di reti nazionali della PAC, partecipazione e contributo alle attività della rete europea della PAC;

i) nel caso della rete europea della PAC, cooperazione con le reti nazionali della PAC e contributo alle loro attività.

5. La Commissione adotta atti di esecuzione che definiscono la struttura organizzativa e il funzionamento della rete europea della PAC. Tali atti di esecuzione sono adottati secondo la procedura d'esame di cui all'articolo 153, paragrafo 2.

REGOLAMENTO DI ESECUZIONE (UE) 2022/129 DELLA COMMISSIONE del 21 dicembre 2021 che stabilisce norme relative ai tipi di intervento riguardanti i semi oleaginosi, il cotone e i sottoprodotti della vinificazione a norma del regolamento (UE) 2021/2115 del Parlamento europeo e del Consiglio e ai requisiti in materia di informazione, pubblicità e visibilità inerenti al sostegno dell'Unione e ai piani strategici della PAC

Articolo 6 Requisiti in materia di informazione, pubblicità e visibilità

Le modalità di applicazione dettagliate dei requisiti in materia di informazione, pubblicità e visibilità di cui all'articolo 123, paragrafo 2, lettere j) e k), del regolamento (UE) 2021/2115 sono stabilite nell'allegato III del presente regolamento.

ALLEGATO III

Requisiti in materia di informazione, pubblicità e visibilità

1. Azioni di comunicazione e visibilità dell'autorità di gestione

1.1. Ai fini dell'articolo 123, paragrafo 2, lettera k), del regolamento (UE) 2021/2115 l'autorità di gestione assicura che sia data pubblicità al piano strategico della PAC pianificando e svolgendo, per tutta la durata della preparazione e dell'attuazione di tale piano, le pertinenti azioni di comunicazione e visibilità volte a informare i gruppi destinatari di cui a tale lettera.

1.2. Ai fini dell'articolo 124, paragrafo 3, lettera f), del regolamento (UE) 2021/2115 l'autorità di gestione mette a disposizione del comitato di monitoraggio le informazioni necessarie per permettergli di esaminare l'attuazione delle azioni di comunicazione e visibilità.

1.3. L'autorità di gestione garantisce che, entro sei mesi dall'adozione della decisione della Commissione che approva il piano strategico della PAC, sia attivo un sito web sul quale reperire informazioni sul piano strategico sotto la sua responsabilità, riguardanti gli obiettivi, le attività, le possibilità di finanziamento disponibili, nonché i risultati attesi e, non appena disponibili, quelli effettivi. Il sito si rivolge al pubblico e ai potenziali beneficiari di cui all'articolo 123, paragrafo 2, lettera k), del regolamento (UE) 2021/2115.

1.4. L'autorità di gestione assicura la pubblicazione sul sito web di cui al punto 1.3 di un calendario degli inviti a presentare proposte che sono stati pianificati e delle scadenze per le domande, aggiornato almeno tre volte all'anno, con i dati indicativi seguenti: a) area geografica interessata; b) interventi e obiettivi specifici interessati; c) tipologia di richiedenti ammissibili; d) importo totale del sostegno; e) data di inizio e di fine del periodo di presentazione delle domande.

1.5. A norma dell'articolo 123, paragrafo 2, lettera k), punto i), del regolamento (UE) 2021/2115 l'autorità di gestione assicura che i potenziali beneficiari abbiano accesso a tutte le informazioni necessarie sulle possibilità di finanziamento, comprese le condizioni di ammissibilità, i criteri di selezione e tutti i requisiti per i beneficiari selezionati per il finanziamento, nonché le loro responsabilità. 1.6. L'autorità di gestione assicura che i beneficiari selezionati per il finanziamento siano informati che il sostegno è cofinanziato dall'Unione.

1.7. L'autorità di gestione provvede affinché i materiali inerenti alla comunicazione e alla visibilità, anche a livello di beneficiari, siano, su richiesta, messi a disposizione delle istituzioni, degli organi o organismi dell'Unione, e che all'Unione sia concessa una licenza a titolo gratuito, non esclusiva e irrevocabile che le consenta di utilizzare tali materiali e tutti i diritti preesistenti che ne derivano, in conformità del secondo comma. Ciò non comporta costi aggiuntivi significativi o un onere amministrativo rilevante per i beneficiari o per l'autorità di gestione. La licenza sui diritti di proprietà intellettuale di cui al primo comma conferisce all'Unione almeno i diritti seguenti: a) uso interno, ossia il diritto di riprodurre, copiare e mettere i materiali di comunicazione e visibilità a disposizione delle istituzioni e agenzie dell'Unione, delle autorità degli Stati membri e del relativo personale; b) riproduzione dei materiali di comunicazione e visibilità con qualsiasi mezzo e in qualsiasi forma, in toto o in parte; L 20/204 IT Gazzetta ufficiale dell'Unione europea 31.1.2022 c) comunicazione al pubblico, con qualsiasi mezzo, dei materiali di comunicazione e visibilità; d) distribuzione al pubblico, in qualsiasi forma, dei materiali di comunicazione e visibilità (o loro copie); e) conservazione e archiviazione dei materiali di comunicazione e visibilità; f) sublicenza a terzi dei diritti sui materiali di comunicazione e visibilità.

2. Visibilità di determinate operazioni sostenute dal FEASR

Ai fini dell'articolo 123, paragrafo 2, lettera j), del regolamento (UE) 2021/2115 l'autorità di gestione garantisce che i beneficiari nell'ambito di interventi finanziati dal FEASR diversi da interventi connessi alla superficie e agli animali riconoscano il sostegno erogato dal piano strategico della PAC, nel modo seguente:

a) fornendo sul sito web del beneficiario, ove tale sito esista, e sui siti di social media ufficiali una breve descrizione dell'operazione, in proporzione al livello del sostegno, compresi le finalità e i risultati, ed evidenziando il sostegno finanziario ricevuto dall'Unione;

b) apponendo una dichiarazione che ponga in evidenza il sostegno dell'Unione in maniera visibile sui documenti e sui materiali di comunicazione riguardanti l'attuazione dell'operazione, destinati al pubblico o ai partecipanti, che presenti anche l'emblema dell'Unione conformemente alle caratteristiche tecniche di cui all'allegato II;

c) per le operazioni che consistono nel **finanziamento di infrastrutture o per le operazioni di costruzione**, per le quali la spesa pubblica totale o il costo totale nel caso di sostegno sotto forma di strumenti finanziari, compreso il finanziamento del capitale circolante, supera 500 000 EUR, esponendo targhe o cartelloni permanenti chiaramente visibili al pubblico, in cui compare l'emblema dell'Unione conformemente alle caratteristiche tecniche di cui all'allegato II non appena inizia l'attuazione materiale delle operazioni o sono installate le attrezzature acquistate;

d) per le operazioni che consistono in **investimenti in beni materiali non rientranti nell'ambito della lettera c)** per le quali il sostegno pubblico totale supera 50 000 EUR o, in caso di sostegno sotto forma di strumenti finanziari, compreso il finanziamento del capitale circolante, per le quali il costo totale supera 500 000 EUR, collocando una targa informativa o un display elettronico equivalente recante informazioni sul progetto, che metta in evidenza il sostegno finanziario dell'Unione e che presenti anche l'emblema dell'Unione conformemente alle caratteristiche tecniche di cui all'allegato II;

e) per le operazioni che consistono nel sostegno a operazioni Leader, servizi di base e infrastrutture non rientranti nell'ambito delle lettere c) e d) per le quali il sostegno pubblico totale supera 10 000 EUR o, in caso di sostegno sotto forma di strumenti finanziari, compreso il finanziamento del capitale circolante, per le quali il costo totale supera 100 000 EUR, esponendo in un luogo facilmente visibile al pubblico almeno un poster di misura non inferiore a un formato A3 o un display elettronico equivalente recante informazioni sull'operazione che evidenzino il sostegno ricevuto dall'Unione. Una targa informativa deve essere affissa anche presso le



Cofinanziato
dall'Unione europea



Regione Toscana

sedi dei gruppi di azione locale finanziati da Leader. In deroga al primo comma, nei casi in cui il beneficiario sia una persona fisica l'autorità di gestione garantisce, nella misura del possibile, la disponibilità di informazioni adeguate, che mettano in evidenza il sostegno fornito dai fondi, in un luogo visibile al pubblico o mediante un display elettronico. Il primo comma, lettere a) e b), si applica mutatis mutandis agli organismi che attuano strumenti finanziari finanziati dal FEASR. Il primo comma, lettere c), d) ed e), si applica ai destinatari finali degli strumenti finanziari mediante le clausole contrattuali stabilite nell'accordo di finanziamento di cui all'articolo 59, paragrafo 5, del regolamento (UE) 2021/1060 del Parlamento europeo e del Consiglio.