



UNIONE EUROPEA  
FONDO EUROPEO AGRICOLO  
PER LO SVILUPPO RURALE:  
l'Europa investe nelle zone rurali



**Regione Umbria**  
Giunta Regionale

# **Comitato di sorveglianza del PSR Umbria 2014/2020 4 dicembre 2020**

## **Punto 5 o.d.g.**

### **Piano di Comunicazione del PSR Umbria 2014/2020 Aggiornamento**

**PROGRAMMA DI  
SVILUPPO RURALE  
PER L'UMBRIA**

**2014  
2020**





## PREMESSA:

Le attività di comunicazione del PSR Umbria 2014-2020 previste dalla strategia di comunicazione e pubblicità del Programma, come approvate dal Comitato di Sorveglianza, sono schematicamente le seguenti:

Strumenti	Canali	Target	Attività
<b>Comunicazione tradizionale e strumenti pubblicitari</b>	Incontri tecnici Seminari e convegni Punti informativi Carta stampata Comunicati stampa TV e radio	Tecnici del settore Potenziali beneficiari Grande pubblico Partenariato	Formazione/informazione ai tecnici esterni e interni Convegni pubblici Divulgazione/informazioni Pubblicazione rivista regionale sviluppo rurale (Umbria Agricoltura) Opuscoli informativi Comunicati stampa e spot informativi Inserti su organi di stampa
<b>Comunicazione online</b>	✓ Sito istituzionale Regione Umbria area tematica Agricoltura e Sviluppo rurale ✓ Sito internet <a href="http://www.umbriagricoltura.it">www.umbriagricoltura.it</a> ✓ Canale Youtube Comunicazionepsrumbria ✓ Pagina Facebook @Umbria Agricoltura ✓ Pagina Instagram umbria_agricoltura	Tecnici del settore Potenziali beneficiari Grande pubblico Partenariato	Aggiornamenti continuo del sito istituzionale Pubblicazione bandi Risposte alle FAQ Pubblicazione notizie e informazioni nel sito <a href="http://umbriagricoltura.it">umbriagricoltura.it</a> Pubblicazione di almeno 2 post settimanali nella pagina Facebook e risposte alle richieste di informazioni Pubblicazione nel canale Youtube di video delle iniziative di informazione del PSR Alimentazione della pagina Angolo di campo



Il piano delle attività di comunicazione mira a coinvolgere l'opinione pubblica e gli stakeholder allo scopo di informare sull'impatto che l'intervento del FEASR ha nella crescita del tessuto socio economico regionale, sulle buone pratiche e sulle opportunità offerte dal PSR e nello stesso tempo costantemente aggiornare sullo stato di attuazione dello stesso.

Dell'attività svolta nel 2019 e nella prima metà del 2020 si è già dato conto nel corso del Comitato di sorveglianza del 2 luglio 2020. Di seguito verranno rendicontate le attività di informazione e pubblicità attuate nella seconda metà di questo anno e fornite indicazioni sulle attività previste per l'anno 2021.

### Attività realizzate nel secondo semestre 2020

L'emergenza sanitaria legata al COVID-19 ha pesantemente condizionato l'attività di comunicazione del PSR Umbria 2014/2020 già nella prima metà dell'anno; la necessità di distanziamento sociale, l'annullamento e/o rinvio delle manifestazioni pubbliche hanno, giocoforza, indirizzato l'attività verso un uso pressoché esclusivo di strumenti di comunicazione online a scapito di quelli di comunicazione tradizionale. Di seguito

E' ormai indiscutibile che la comunicazione istituzionale sui social network, in momenti di emergenza come quelli che stiamo vivendo ha assunto un ruolo chiave perché permette di raggiungere e tenere costantemente aggiornate numeri molto elevati di persone.

#### a) Sito web istituzionale della Regione

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Informare sui bandi, sullo stato di attuazione del programma e sullo stato di avanzamento degli interventi del PSR.	Attività di aggiornamento delle pagine web dell'area tematica Agricoltura e Sviluppo rurale ( <a href="http://www.regione.umbria.it/psr">www.regione.umbria.it/psr</a> ).	n. 75 contenuti inseriti. Potenziamento area FAQ.	Da luglio 2020 n. 5.153 utenti unici e n. 7.858 visualizzazioni.
Partenariato				
Beneficiari potenziali ed effettivi				



**b) Sito [www.umbriagricoltura.it](http://www.umbriagricoltura.it)**

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Informazione sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo della Regione e sulle buone pratiche legate al PSR. Informare sui bandi, sullo stato di attuazione e sullo stato di avanzamento degli interventi del PSR.	Costante attività di alimentazione di informazioni, aggiornamento delle pagine del sito <a href="http://www.umbriagricoltura.it">www.umbriagricoltura.it</a> . In questi mesi è sta	n. 163 contenuti pubblicati.	Da luglio 2020 10.528 nuovi utenti e n. 26.014 visualizzazioni.
Partenariato				
Beneficiari potenziali ed effettivi				

**c) Pagina Facebook @Umbria Agricoltura**

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo della Regione e sulle buone pratiche legate al PSR. Informare sui bandi, sullo stato di attuazione e sullo stato di avanzamento degli interventi del PSR.	Costante alimentazione della pagina ed interazione con i follower.	n. 80 post pubblicati.	n. 4.158 utenti unici con un incremento di 518 da luglio ad oggi. Reach totale 491.000 utenti .



Regione Umbria



#### d) Pagina Instagram Umbria\_agricoltura

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo della Regione e sulle buone pratiche legate al PSR. Informare sui bandi, sullo stato di attuazione e sullo stato di avanzamento degli interventi del PSR.	Costante alimentazione della pagina ed interazione con i follower.	n. 250 contenuti pubblicati.	n. 1.662 follower con un incremento di 1.222 utenti da luglio ad oggi.

#### e) Canale Youtube

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere Informazione sui bandi, sulle opportunità e sullo stato di attuazione del PSR.	Alimentazione del canale Youtube Comunicazione PSR Umbria 2014-2020 con eventi legati al PSR.	n. 5 contenuti pubblicati	n. 137 visualizzazioni e 2.584 impression.



## f) Angolo di campo

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo rurale della Regione Umbria e sulle buone pratiche legate al PSR con particolare riguardo alle fasce più giovanili dell'opinione pubblica.	La seconda edizione del concorso fotografico finalizzato a valorizzare il patrimonio ambientale, agricolo, artistico, in tutte le sue specificità, promosso e salvaguardato dal PSR è stata lanciata il 21 giugno scorso. Al termine della raccolta, nella pagina Instagram <a href="#">umbria_agricoltura</a> (hashtag #angolodicampo) erano presenti 369 scatti realizzati da 145 instagrammer. Nella settimana dal 21-27 settembre a Perugia si è tenuta una mostra fotografica con i migliori 60 scatti selezionati su Instagram dal voto dei follower. La mostra ha registrato 1.328 contatti 571 dei quali è stato disponibile a rispondere alle domande di un sondaggio volto a misurare il grado di conoscenza del PSR Umbria e più in generale del FEASR. <b>(Allegato 1)</b> Era in previsione la riproposizione di analogo evento anche a Terni, ma le ultime disposizioni in materia di COVID ne hanno impedito la realizzazione. L'attività legata al contest ha portato alla pubblicazione di oltre 200 contenuti e sviluppato una reach complessiva (la distribuzione dei contenuti) che ha raggiunto 280mila utenti di Instagram. Le sole foto in concorso sono state viste 150mila volte, e questo ha generato oltre 12mila "like" alle stesse.	369 scatti caricati.	reach complessiva 280mila utenti di Instagram.
Beneficiari effettivi e potenziali				





Regione Umbria



## g) Storie di PSR

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo rurale della Regione Umbria e sulle buone pratiche legate al PSR utilizzando le ultime tecniche dello storytelling.	Nella seconda metà dell'anno 2020, anche se fortemente limitata dalle restrizioni e difficoltà dovute alla pandemia, è continuata l'attività di produzione di nuovi video caricati nel sito <a href="http://www.umbriagricoltura.it">www.umbriagricoltura.it</a> , raggiungibile con link dalla pagina <a href="http://www.regione.umbria.it/psr">www.regione.umbria.it/psr</a> . I video rappresentano una testimonianza diretta di beneficiari del PSR che raccontano le opportunità e le buone pratiche del PSR. Lo stesso materiale viene diffuso nella pagina Facebook e nel canale Youtube.	n. 3 nuovi video realizzati ed inseriti.	Da luglio 2020 n. 315 visualizzazioni .
Partenariato				
Beneficiari potenziali ed effettivi				

## h) I Numeri del PSR

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Informare sui principali risultati del programma e sullo stato di avanzamento del PSR sia in termini procedurali che finanziari per promuovere maggiore consapevolezza.	Nella seconda metà dell'anno 2020 è continuata l'attività di aggiornamento nel sito <a href="http://www.umbriagricoltura.it">www.umbriagricoltura.it</a> , raggiungibile con link dalla pagina <a href="http://www.regione.umbria.it/psr">www.regione.umbria.it/psr</a> . La frequenza di aggiornamento è legata alla emissione di Decreti di pagamento da parte di AGEA-OP. Da luglio ad oggi sono stati necessari 21 aggiornamenti. La pagina consente al cittadino di conoscere nel dettaglio il grado di avanzamento degli impegni e della spesa attraverso rappresentazioni grafiche ispirate alle ultime tecniche del data journalism.	Realizzazione, inserimento e aggiornamento della pagina legata alla frequenza dei decreti di pagamento AGEA	Da luglio 2020 n. 159 visualizzazioni .
Partenariato				
Beneficiari potenziali ed effettivi				



Regione Umbria



**i) Europa ed Umbria per te**

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere informazioni sulle azioni poste in essere dalla Regione per affrontare la fase post emergenziale a completamento di alcune iniziative di comunicazione intraprese nel corso della fase di emergenza.	Campagna di comunicazione istituzionale con intervento diretto dei fondi SIE regionali. Acquisto di spazi pubblicitari sui media locali: televisioni, giornali online, quotidiani per l'inserimento di un link alla pagina <a href="http://www.regione.umbria.it/coronavirus">http://www.regione.umbria.it/coronavirus</a> descrivente le attività e le misure che il governo regionale sta attuando e attuerà grazie ai fondi europei e ai fondi per il turismo, al fine di superare gli effetti negativi della crisi causata dal COVID-19. In capo al FEASR l'acquisto degli spazi su 7 emittenti regionali e 3 quotidiani online. La campagna è stata avviata a settembre, conclusione prevista a fine anno	TV: n. 2 mesi, con minimo 8 passaggi al giorno della durata di 15-20 sec. Quotidiani online: 1 un banner per la durata di un mese	Copertura intera popolazione regionale

**j) Campagna di comunicazione nei quotidiani regionali**

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Accrescere nella popolazione la consapevolezza dell'intervento dei fondi UE sul territorio umbro e la visibilità e la conoscenza del PSR e del FEASR	La campagna, avviata a metà novembre, si concluderà a fine anno ed rivolta a quella fetta di pubblico che non utilizza internet e i social per informarsi. Viene realizzata sui 3 più diffusi quotidiani umbri (Il Corriere dell'Umbria, La Nazione, Il Messaggero). E' articolata in 2 fasi temporali, la prima di carattere iconografico con 6 uscite, la seconda basata sul racconto diretto dei beneficiari del PSR Umbria 2014/2020, racconti già raccolti per la video gallery "Storie di PSR" presente su <a href="http://www.umbriagricoltura.it">www.umbriagricoltura.it</a> . Come dei veri testimonial.	n. 36 uscite. 12 per quotidiano.	Audipress del II trimestre di luglio 2019 valuta oltre 200.000 lettori giornalieri per i 3 quotidiani





## k) Redazionali su riviste e pubblicazioni

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Grande pubblico	Diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo rurale della Regione Umbria, sulle buone pratiche e sullo stato di attuazione del Programma.	<p>Stampa e diffusione tra 15.000 tra imprese agricole, enti del settore, scuole, professionisti del n. 35 della pubblicazione periodica Umbria Agricoltura.</p> <p>Inserzioni redazionali sulle guide:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Guida ai luoghi della natura e del silenzio. Un concreto contributo del PSR alla promozione del territorio umbro in una fase critica caratterizzata dalla pandemia.</li> <li>- Guida ai sapori e ai piaceri dell'olio extravergine d'oliva dell'Umbria. L'opportunità per parlare delle novità dell'olivicultura umbra favorite dal PSR.</li> </ul>	n. 3 uscite.	Pubblico potenzialmente raggiunto 75.000 (tirature)



## I) Rural4University

Target	Obiettivi	Attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Beneficiari e studenti	Diffondere informazioni sul contributo del FEASR allo sviluppo rurale della Regione Umbria, sulle buone pratiche per dare concretezza e sostegno ai fabbisogni di formazione specifica e informazione nel settore biologico e di far conoscere buone pratiche aziendali, esperienze di successo e sistemi territoriali innovativi.	<p>L'Autorità di gestione del PSR Umbria 2014/2020 - Dipartimento Scienze Agrarie Alimentari e Ambientali DSA3 hanno aderito all'edizione 2020 di Rural4Università <a href="https://www.reterurale.it/rural4learning">https://www.reterurale.it/rural4learning</a>. Il progetto, promosso dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali ed attuato dalla Rete rurale nazionale, prevede uno scambio di esperienze tra studenti sul tema dell'agricoltura e dell'innovazione. Il format proposto per l'attuazione dell'iniziativa comprende tre fasi di attività:</p> <p>1.RuraLearn – Formazione in presenza e online, con un taglio pratico, fatto di analisi, esercizi, confronti e scambi sulla PAC dopo il 2020, insieme alle persone che seguono il dibattito a livello comunitario.</p> <p>2.RuralCamp - Esperienza sul campo: study tour con visite aziendali, incontri con esponenti del mondo imprenditoriale, economico ed istituzionale locale, brainstorming, focus group e produzione di elaborati multimediali.</p> <p>3.RuraLab – Laboratorio d'impresa per stimolare le idee, lo scambio di esperienze e la cultura d'impresa e per favorire l'orientamento alle nuove professioni. Sul nostro territorio, l'iniziativa coinvolge gli studenti del Dipartimento Scienze Agrarie Alimentari e Ambientali DSA3 (studenti del III anno della laurea triennale e del I anno della laurea magistrale) che, in concomitanza con i moduli di formazione in presenza e online. Nella seconda metà del mese di marzo 2021,</p>	<p>Coinvolgimento di oltre 50 studenti</p> <p>Organizzazione di n. 2 seminari di RuraLearn.</p> <p>Organizzazione del RuralCamp</p>	<p>50 studenti con 10 studenti con</p>



Regione Umbria



		<p>compatibilmente con l'evolversi dell'emergenza sanitaria, si terrà in Umbria, poiché la proposta della nostra Regione è stata ritenuta preferibile a quella di altre, il RuralCamp: esperienza sul campo che in origine prevedeva una durata di una settimana con la partecipazione di 70 persone (50 studenti, 10 docenti, 10 referenti istituzionali) provenienti da tutta Italia impegnati in attività di tutoraggio sul campo, incontri, study visit presso le aziende agricole, esercitazioni. Ma causa l'emergenza sanitaria COVID-19 il format ha subito sostanziali modifiche: non un solo Camp nazionale, ma 2 territoriali, uno per le regioni del Centro-Nord (Umbria, Emilia Romagna, Puglia, Friuli V.G., Lombardia, Piemonte) ed uno per quelle del Sud. Durata ridotta a 3 giorni. L'edizione per il Centro-Nord prevede tra l'altro 5 visite aziendali oltre a contatti e scambi di esperienze tra studenti e numerosi giovani imprenditori agricoli della Regione. Gli aspetti logistici, le cui spese saranno a carico della RRN, saranno gestiti dall'ADG del PSR Umbria. L'organizzazione dell'evento è ormai definita nei dettagli, resta anche in questo caso un margine di aleatorietà legato alle vicende COVID-19.</p>		
--	--	--	--	--



## Cosa faremo

Fermi restando gli obiettivi (Migliorare l'attuazione del programma, ridurre il tasso di errore e gli oneri amministrativi a carico dei beneficiari e dell'AdG; diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo rurale della Regione Umbria e sulle buone pratiche legate al PSR; Informare sui bandi, sullo stato di attuazione del programma e di avanzamento degli interventi del PSR) e i target (Grande pubblico; Beneficiari effettivi e potenziali; Componenti del partenariato e stakeholder in senso lato; Tecnici del settore e tecnici dell'AdG), si formula la seguente previsione delle attività di comunicazione per il prossimo periodo giugno 2020 – giugno 2021 pur tenendo in conto l'incertezza intorno agli sviluppi dell'emergenza sanitaria Covid 19.

Nella previsione che gli effetti della pandemia si faranno sentire ancora per diverso tempo si ritiene puntare a rafforzare strumenti di comunicazione che non prevedano la necessità di contatti diretti: strumenti di comunicazione online, mass media tradizionali (Stampa, tv, radio, pubblicazioni)

### a) COMUNICAZIONE ONLINE

Come già premesso la comunicazione istituzionale sui social network, in momenti di emergenza ha un ruolo chiave consentendo la capillare diffusione di informazioni che contribuiscono a tenere costantemente aggiornate numeri molto elevati di persone. I dati dei risultati finora raggiunti lo stanno a dimostrare:

#### ➤ Angolo di campo 2021

Il 21 marzo 2021, in concomitanza con l'inizio della primavera, prenderà avvio la terza edizione di di “#AngoloDiCampo, un altro modo di raccontare l'agricoltura”. Si tratta di un contest fotografico organizzato dall'ADG del PSR Umbria 2014/2020 all'interno delle attività di promozione dei canali social di Umbria Agricoltura, la rivista che si occupa della pubblicità delle politiche agricole regionali e comunitarie.

Il contest è nato con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio ambientale e agricolo in tutte le sue specificità, promosso e salvaguardato dal Programma di sviluppo rurale 2014-2020 e contestualmente con l'obiettivo di avvicinare alla comunicazione istituzionale tutti quei soggetti che operano direttamente in agricoltura e nel mondo rurale o che hanno sviluppato rapporti formali e informali con l'agricoltura o che hanno intrapreso percorsi educativi orientati all'agricoltura e al rurale. Si tratta in generale di persone e gruppi interessati a vario titolo all'agricoltura e che sono a tutti gli effetti soggetti “potenziali” beneficiari di specifiche misure del PSR. Il successo delle precedenti edizioni ha mostrato un positivo “effetto collaterale”: l'avvicinamento di un notevole numero di giovani instagrammer alle tematiche dell'agricoltura e più in generale dello sviluppo rurale. Nella prime due edizioni del contest, sono stati caricati complessivamente 830 scatti realizzati da circa 280 instagrammer. Grande successo ha avuto anche la mostra fotografica realizzata nella fase finale della seconda edizione. Peraltro nel corso dell'evento è stato somministrato un sondaggio volto a saggiare il grado di conoscenza da parte del grande pubblico del PSR Umbria, del FEASR e, più in generale, dei fondi SIE e del loro impatto sullo sviluppo socio economico



della Regione e un'attività di valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità della Regione. Pertanto si prevede di avviare la raccolta degli scatti il 21/03/2021 e chiuderla il 31/05/2021 così da potere realizzare l'evento finale (mostra fotografica) nella seconda metà di giugno 2021.

#### ➤ **Storie di PSR**

l'area del sito [www.umbriagricoltura.it](http://www.umbriagricoltura.it) che ospita testimonianze dirette di beneficiari del PSR e altre informazioni sulle opportunità e le buone pratiche del PSR. Lo stesso materiale viene diffuso nella pagina Facebook @Umbria Agricoltura e nel canale Youtube dello sviluppo rurale. La pandemia ha notevolmente frenato lo sviluppo di contenuti per la pagina. Ma già prima della fine del 2020, con le dovute cautele, sarà ripresa la produzione di video con i beneficiari del PSR che racconteranno il "loro PSR". Nello specifico, stante la concomitanza con lo svolgimento della manifestazione Salone del gusto – Terra madre che quest'anno sarà realizzata online da ottobre 2020 ad aprile 2021, i beneficiari PSR coinvolti saranno i produttori di "presidi Slow food" umbri". La pagina relativa alle storie del PSR dell'Umbria è ormai da tempo posizionata al primo posto della pagina di ricerca di Google.

#### ➤ **I numeri del PSR:**

Area del sito [www.umbriagricoltura.it](http://www.umbriagricoltura.it) dove puntualmente, con l'obiettivo di informare sui principali risultati del programma e sullo stato di avanzamento del PSR continueranno ad essere aggiornati i dati relativi agli impegni ed ai pagamenti realizzati dal PSR.

#### ➤ **I beneficiari del PSR:**

Obiettivo di questa area del sito [www.umbriagricoltura.it](http://www.umbriagricoltura.it) è quello di fornire, con aggiornamenti trimestrali, una trasparente informazione circa i fruitori degli interventi del PSR.

#### ➤ **Pagina Facebook @Umbria Agricoltura:**

Il costante aggiornamento dei contenuti della pagina consente di diffondere informazioni sulle opportunità offerte dal PSR, sul contributo del FEASR allo sviluppo della Regione e sulle buone pratiche legate al PSR. Informare sui bandi, sullo stato di attuazione e sullo stato di avanzamento degli interventi del PSR. L'appeal della pagina è dimostrato dai dati più sopra riportati. Obiettivo dell'attività per l'anno 2021 è quello di raggiungere almeno 5.000 utenti unici.

#### ➤ **Pagina Instagram umbria agricoltura:**

Al momento il prodotto di punta e traino della pagina, con i numeri sopra rendicontati, è rappresentato dalle attività collegate al contest #Angolodicampo che come detto sarà riproposto anche nel 2021. Instagram – insieme a Facebook – è uno dei social network più utilizzati al mondo. Conta oltre 1 miliardo di utenti attivi al mese, in Italia sono oltre 20 milioni. Grazie alla sua ampia varietà di funzioni disponibili può raggiungere un alto livello di interazione con gli utenti, superiore a tutti gli altri social esistenti. Proprio nella consapevolezza dell'elevato livello di penetrazione e coinvolgimento di questo social è allo studio l'implementazione di progetto editoriale che entro la metà del 2021 dovrà portarlo ad essere lo strumento di elezione per la divulgazione delle informazioni riguardanti le opportunità offerte dal PSR, in particolare sui bandi del PSR. Questo anche in vista della nuova programmazione dello sviluppo rurale. Analoghi prodotti informativi saranno realizzati per essere utilizzati anche nella pagina Facebook @Umbria Agricoltura. Obiettivo primario dell'attività 2021 sarà quello di superare i 2.500 follower unici.



➤ **Collaborazione con il servizio Agricoltura sostenibile, servizi fitosanitari:**

Una delle priorità strategiche del PSR 2014-2020 è quella di contribuire a preservare, ripristinare e valorizzare gli ecosistemi connessi all'agricoltura attraverso la promozione di metodi produttivi capaci di garantire un corretto e minore impiego di prodotti fitosanitari.

In questo quadro, le misure a superficie (M.10, M.11, M.12), quelle di investimento (M.4) e le misure "orizzontali" (M.1, M.2, M.3, M.16) del PSR sono strumenti preziosi per promuovere un'agricoltura capace di utilizzare in modo sempre più sostenibile i prodotti fitosanitari in coerenza con la strategia delineata dal PAN (Piano di azione nazionale per l'uso sostenibile dei prodotti fitosanitari). Con l'obiettivo di cogliere al meglio questa opportunità si intende avviare nel 2021 una collaborazione con il Servizio Agricoltura sostenibile, servizi fitosanitari della Regione per programmazione degli interventi informativi, da realizzare nel sito [www.umbriagricoltura.it](http://www.umbriagricoltura.it) e nei suoi strumenti social, sulla corretta attuazione degli impegni sul campo. Già dalla seconda metà del 2019 nel sito, nella pagina Facebook e nell'App vengono divulgati i bollettini fitosanitari per la vite e l'olivo e da quest'anno anche quelli per i cereali che peraltro registrano numeri abbastanza elevati di visualizzazioni. Nelle intenzioni si punta alla creazione di una sezione del sito interamente dedicata alle problematiche fitosanitarie in cui, oltre ai bollettini, già ospitati, verranno divulgate le schede informative su decine di parassiti e sui metodi per il loro contrasto, già realizzate dal Servizio, e specifiche produzioni video e/o infografiche informative.

➤ **Partecipazione alla vetrina virtuale di Salone del gusto -Terra madre 2020**

Quest'anno, causa l'emergenza COVID, la manifestazione Salone del gusto – Terra madre è realizzata online da ottobre 2020 ad aprile 2021. Nella piattaforma è presente l'area tematica Marketplace all'interno della quale è presente una sezione vetrine virtuali dove anche le istituzioni possono presentare e fare conoscere i loro "prodotti". Nello specifico è intenzione dell'Adg del PSR promuovere le buone pratiche e le opportunità offerte dal programma inserendo nella vetrina i video delle "Storie di PSR" che nelle prossime settimane saranno girati con beneficiari PSR produttori di "presidi Slow food" umbri che diventeranno testimonial delle buone pratiche del PSR Umbria e, contestualmente, dei singoli presidi Slow food umbri.

➤ **Carta stampata, radio e TV**

Nel corso del 2021 si prevede di realizzare 1-2 uscite della pubblicazione informativa del PSR Umbria Agricoltura, con la quale l'opinione pubblica e gli operatori del settore vengono aggiornati sullo stato di avanzamento del Programma, viene spedita all'indirizzo della rivista Umbria Agricoltura, raggiungendo 13.500 aziende agricole e agroalimentari, istituzioni e scuole umbre e distribuita in 2.000 copie con accesso diretto presso gli uffici dell'Adg.

Stante la difficoltà di realizzare azioni di comunicazione tradizionali, quali seminari, convegni, workshop, è necessario prevedere per l'anno 2021 l'opportunità di realizzare inserzioni redazionali su riviste, specialistiche e non, di grande diffusione per informare sullo stato di attuazione del programma o far conoscere gli interventi e le buone pratiche del PSR. Infine, grazie alla collaborazione con la redazione della struttura regionale Umbria notizie e la struttura di supporto dell'Assessorato, l'informazione relativa allo Sviluppo rurale potrà essere veicolata tramite le radio, le televisioni e la carta stampata attraverso comunicati e conferenze stampa.

Allo stesso, per le stesse motivazioni, è in corso di valutazione la possibilità di avviare una campagna di comunicazione da realizzare attraverso le televisioni regionali con maggiore copertura a livello regionale. La campagna consentirebbe di raggiungere con contenuti informativi importati, una fetta di pubblico che non utilizza Internet e i social per informarsi.





Regione Umbria

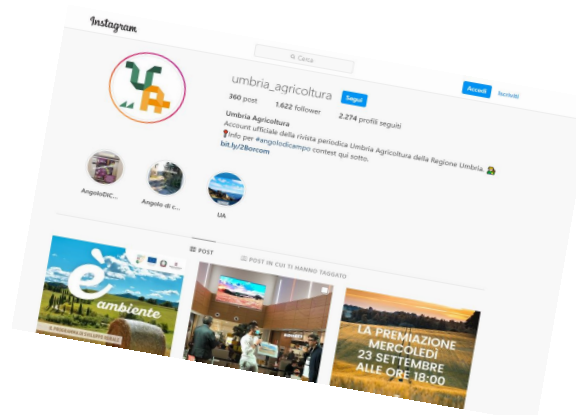


Resta fermo che qualora la fase emergenziale dovesse evolvere in maniera tale da consentire la ripresa di attività tradizionali di comunicazione, anche i canali il cui utilizzo oggi risulta impossibilitato, il presente Piano di comunicazione sarà prontamente aggiornato per consentire la ripresa di attività comunque importanti per veicolare messaggi specifici al grande pubblico, ai beneficiari, agli stakeholder, quali la realizzazione di punti informativi in occasione di manifestazioni di grande rilevanza; incontri seminariali; cionvegni.

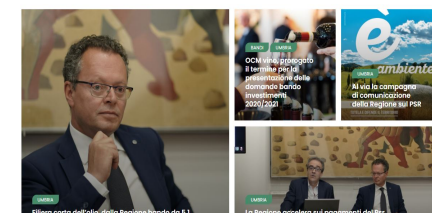
Per la realizzazione delle suddette attività si farà ricorso ai servizi di operatori economici con i quali sono stati sottoscritti n. 3 appositi contratti a seguito dell'espletamento di procedure di gara con le modalità previste dal D.Lgs. n. 50/2016. Inoltre è attualmente avviata su MEPA la procedura di gara per l'acquisizione di servizi congressuali, allestimento e altri servizi occorrenti alla realizzazione delle attività previste dalla strategia di comunicazione del PSR.

### **Attività di informazione e pubblicità anno (12 mesi) Previsione di spesa**

<b>Attività</b>	<b>Spesa (euro)</b>
Informazione	250.000,00
Pubblicità	60.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>310.000,00</b>

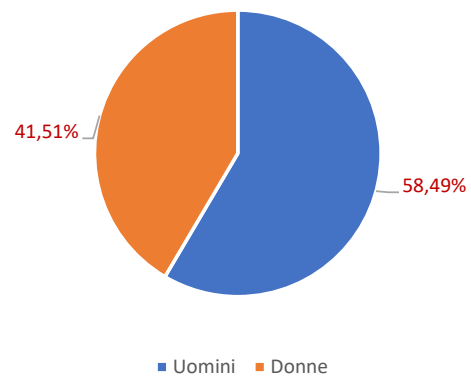


PRIMO PIANO BANDI STORIE DI PSR I NUMERI DEL PSR BOLLETTINI PIU' UMBRIA

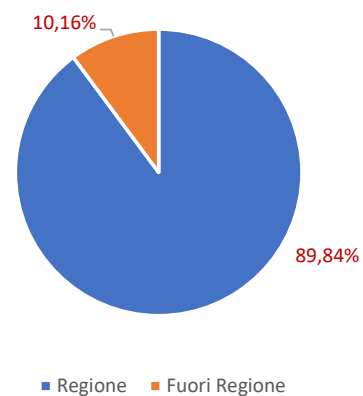


Sondaggio sul grado di conoscenza del PSR Umbria  
Perugia (21-27 settembre 2020)

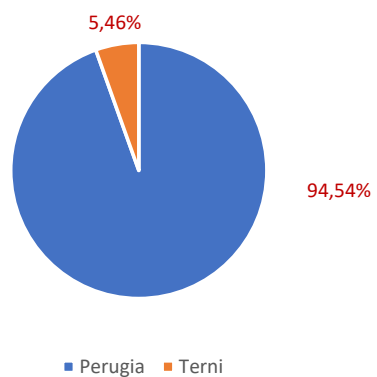
570 Intervistati



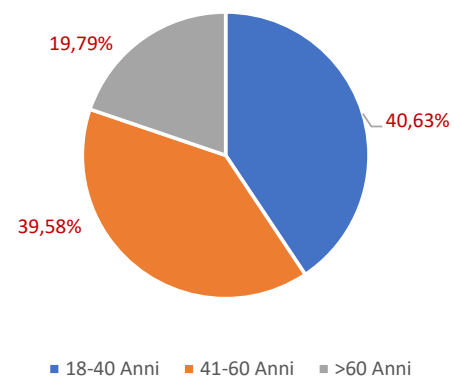
Provenienza intervistati



Regione Umbria  
Provenienza per provincia

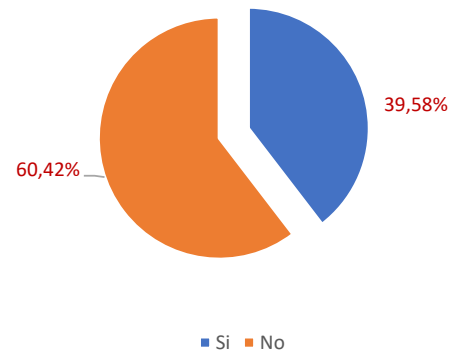


Distribuzione per fasce di età

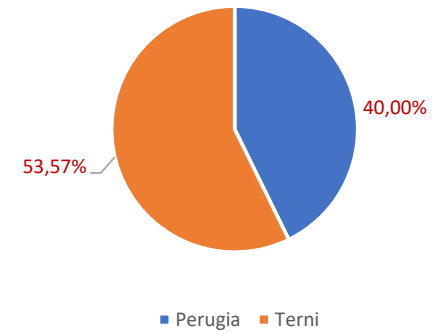


Sondaggio sul grado di conoscenza del PSR Umbria  
Perugia (21-27 settembre 2020)

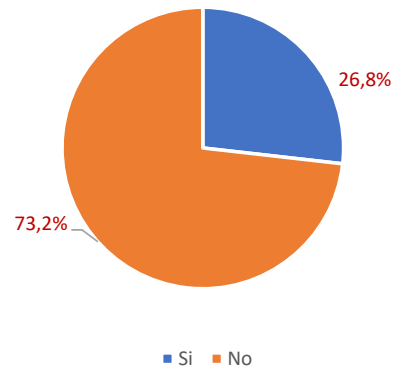
Conosci il PSR Umbria?



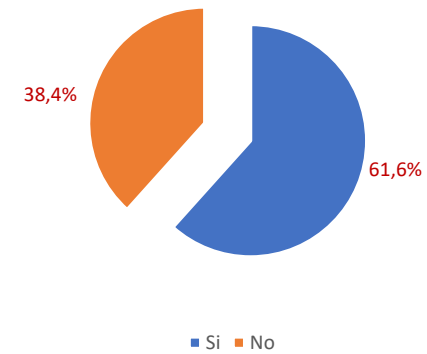
Conosci il PSR Umbria?  
Residenti Umbria



Conosci il Logo del PSR Umbria?



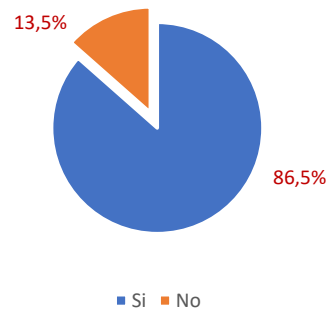
Conosci il FEASR ?



Sondaggio sul grado di conoscenza del PSR Umbria  
Perugia (21-27 settembre 2020)

Conosci il Logo del FEASR?

N.b.: da segnalare che nella quasi totalità dei casi il logo è stato associato alla bandiera UE



Ritieni che il PSR abbia un impatto positivo nel tessuto socio economico dell'Umbria?

