



Cofinanziato
dall'Unione europea



Regione Umbria



COMPLEMENTO DI
SVILUPPO RURALE
PER L'UMBRIA
2023 | 2027

PIANO STRATEGICO DELLA COMUNICAZIONE PER LO SVILUPPO RURALE DELL'UMBRIA

CSR 2023-2027

Indice

Glossario e acronimi	4
Introduzione	5
1. Il contesto: dalla PAC al CSR Umbria	6
1.1 La PAC e lo sviluppo rurale 2023-2027	6
1.2 Il Piano Strategico nazionale (PSP).....	6
1.3 Il CSR per l’Umbria 2023-2027	6
1.3.1 Indirizzi strategici e dotazione finanziaria	7
1.4 La transizione verso la PAC 2028-2034	7
2. Il quadro conoscitivo di riferimento	8
2.1 La conoscenza della PAC: il ritardo dell’Italia	8
2.2 Il contesto agricolo dell’Umbria	8
2.3 L’esperienza della programmazione 2014-2022	9
3. La strategia di comunicazione	10
3.1 Caratteristiche e finalità	10
3.2 I target della strategia	10
3.3 Obiettivi della comunicazione	11
3.3.1 Gli obiettivi specifici regionali: quadro logico	11
4. Governance e attuazione	13
4.1 La governance nazionale della comunicazione e il contributo dell’Umbria	13
Il Piano di Comunicazione Generale del PSP	13
Il Comitato di Indirizzo Strategico della Comunicazione (CISC)	14
Il Comitato Consultivo della Comunicazione (CCC)	14
Il Comitato Tecnico Scientifico della Rete PAC “Connessioni Rurali”	14
Il ruolo della Direzione generale dello sviluppo rurale (DISR)	15
Il contributo della Regione Umbria alla governance nazionale	15
4.2 Le iniziative nazionali di comunicazione della Rete PAC	15
Il Cantiere di Racconto dell’Italia Rurale	15
Il premio “Protagonisti dell’Italia rurale”	16
Gli ARIA Awards (Agricultural and Rural Inspiration Awards).....	16
Il progetto Open Farms e i Mini Camp (Rete PAC – Connessioni Rurali)	16

4.3 Il coordinamento regionale della comunicazione.....	16
4.4 Il raccordo con la Conferenza regionale per l’agricoltura e lo sviluppo rurale 2028-2034	17
4.4.1 Il Tavolo regionale del Partenariato PAC 2028-2034 (D.G.R. n. 762/2026)	17
4.4.2 La Conferenza regionale per l’agricoltura e lo sviluppo rurale (D.G.R. n. 822/2026)	17
4.4.3 Il ciclo di ascolto territoriale e il ruolo della comunicazione	18
5. Logo e immagine coordinata	19
5.1 Il marchio del Complemento di Sviluppo Rurale	19
5.2 La stringa istituzionale e la compresenza dei loghi	19
5.3 Regole tecniche di compresenza con l’emblema UE e il logo PSP	19
5.4 Obblighi di visibilità in capo ai beneficiari	20
5.5 Raccordo con il marchio settoriale agroalimentare regionale.....	20
6. Il Piano di comunicazione pluriennale	21
6.1 Caratteristiche del Piano	21
6.2 Strategia operativa: lo “sviluppo rurale” come brand.....	21
6.3 Strumenti e canali di diffusione	21
6.3.1 I canali digitali dello Sviluppo Rurale dell’Umbria	22
6.4 Aree di attività e output.....	23
7. Budget previsionale	26
8. Monitoraggio e valutazione	26
8.1 Indicatori di prodotto (output)	27
8.2 Indicatori di risultato.....	27
Riferimenti normativi e fonti	28

Glossario e acronimi

AdGN	Autorità di Gestione Nazionale del PSP, individuata presso il MASAF (Dipartimento DIPACSR).
AdGR	Autorità di Gestione Regionale, responsabile della corretta ed efficace attuazione del CSR Umbria 2023-2027.
AGEBIL	Direzione generale degli affari generali e del bilancio del MASAF, responsabile delle attività di comunicazione del PSP ai sensi dell'art. 48 del Reg. (UE) 1060/2021.
AKIS	Sistema della conoscenza e dell'innovazione in agricoltura.
ARIA	Agricultural and Rural Inspiration Awards, concorso della EU CAP Network che premia i progetti finanziati dalla PAC.
Beneficiario	Persona fisica o giuridica la cui domanda di aiuto su un intervento del CSR è ammissibile e finanziata.
CCC	Comitato Consultivo Comunicazione, istituito a livello nazionale (DM MASAF n. 0532383 dell'8/10/2025).
CISC	Comitato di Indirizzo Strategico della Comunicazione (DM MASAF n. 0270818 del 16/06/2025).
CREA	Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria.
CSR	Complemento di Sviluppo Rurale per l'Umbria 2023-2027 (DGR n.1393/2022 e ss.mm.)
DISR	Direzione generale dello sviluppo rurale del MASAF, Autorità responsabile della Rete nazionale della PAC.
DSA3	Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali dell'Università di Perugia.
EU CAP Network	Rete europea della PAC, che collega agricoltori, ricercatori, imprese rurali e amministrazioni a sostegno dell'attuazione e dell'innovazione della PAC.
FEAGA	Fondo Europeo Agricolo di Garanzia (primo pilastro della PAC).
FEASR	Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (secondo pilastro della PAC).
GAL	Gruppo di Azione Locale, attuatore dello sviluppo locale di tipo partecipativo (LEADER)
LEADER	Strumento per lo sviluppo locale partecipativo sostenuto dal FEASR.
MASAF	Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste.
Conferenza 2028-2034	Conferenza regionale per l'agricoltura e lo sviluppo rurale, percorso di programmazione partecipata verso la PAC post 2027 (D.G.R. n. 822/2026).
NRP	Piano di Partenariato Nazionale e Regionale (National and Regional Partnership Plans) previsto per l'attuazione del Fondo unico nella programmazione 2028-2034.
Tavolo PAC 2028-2034	Tavolo regionale del Partenariato per la PAC e lo sviluppo rurale 2028-2034, istituito con D.G.R. n. 762/2026.
PAC	Politica Agricola Comune dell'Unione europea.
PCG	Piano di Comunicazione Generale del PSP, predisposto dal MASAF.
PSP / PSN PAC	Piano Strategico nazionale della PAC 2023-2027 (Decisione UE C (2022) 8645 del 2/12/2022).
PSR	Programma di Sviluppo Rurale (programmazione 2014-2022).
SAU	Superficie Agricola Utilizzata.

Introduzione

Scopo del presente documento è delineare un quadro strategico e operativo per le attività di comunicazione a sostegno della politica di sviluppo rurale messa in atto dalla Regione Umbria, incaricata di perseguire gli obblighi di informazione e pubblicità degli interventi nel quadro della Politica agricola comune e del Piano Strategico nazionale della PAC 2023-2027. L'Autorità di Gestione regionale dà attuazione, attraverso il Complemento di Sviluppo Rurale (CSR), a quanto previsto dai regolamenti europei in materia di informazione e pubblicità, secondo le funzioni attribuite alle Autorità di gestione regionali dall'articolo 123 del Regolamento (UE) n. 2021/2115.

Con questo documento la Regione Umbria intende rispondere agli obblighi e alle esigenze di comunicazione in funzione della politica di sviluppo rurale per il periodo 2023-2027, adattando e aggiornando l'impianto strategico della precedente Strategia di comunicazione del PSR 2014-2022 e facendo tesoro delle esperienze maturate. In coerenza con la prassi adottata da altre Regioni, la Strategia e il Piano di comunicazione confluiscono in un unico documento, per rendere più omogenea e funzionale l'attività di pianificazione e attuazione.

Il presente documento di Strategia si articola in tre parti. La prima inquadra il contesto, dalla PAC al CSR Umbria, e analizza il quadro di conoscenza della politica e il tessuto agricolo regionale. La seconda definisce la Strategia di comunicazione, identificando target, obiettivi e risultati attesi. La terza descrive il Piano di comunicazione pluriennale, con aree di attività, strumenti, immagine coordinata, governance e sistema di monitoraggio e valutazione, in coerenza con le Linee guida nazionali (Allegato D al PCG).

L'attuazione esecutiva di questa Strategia è declinata in un documento collegato e aggiornabile, il Piano operativo annuale della comunicazione (Quadro di attuazione 2027-2029 e transizione verso la PAC 2028-2034), che contiene i piani annuali con il dettaglio delle attività, degli output, del budget per area e del cronoprogramma.

1. Il contesto: dalla PAC al CSR Umbria

1.1 La PAC e lo sviluppo rurale 2023-2027

La politica di sviluppo rurale 2023-2027 si basa sul Regolamento (UE) n. 2021/2115, che introduce un nuovo quadro giuridico, disciplinando in modo unitario e integrato sia il primo pilastro, finanziato dal Fondo Europeo Agricolo di Garanzia (FEAGA), sia il secondo pilastro finanziato dal Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR). Lo scopo è perseguire una maggiore coerenza tra gli strumenti della PAC, massimizzando il contributo agli obiettivi dell'Unione per il settore agricolo, agroalimentare, forestale e rurale. La PAC 2023-2027 persegue nove obiettivi specifici e un obiettivo trasversale relativo a conoscenza, innovazione e digitalizzazione, e contribuisce agli obiettivi economici, ambientali e sociali dell'Agenda 2030 come declinati nel Green Deal europeo, in particolare attraverso la strategia "Farm to Fork", la strategia dell'UE sulla biodiversità per il 2030 e la Visione a lungo termine per le aree rurali dell'UE.

1.2 Il Piano Strategico nazionale (PSP)

Il sostegno della PAC allo sviluppo rurale è definito in un unico Piano Strategico Nazionale della PAC 2023-2027, elaborato dall'Italia e approvato dalla Commissione europea con Decisione di esecuzione C (2022) 8645 del 2 dicembre 2022. In coerenza con il dettato costituzionale, il PSP stabilisce che siano le Regioni a programmare e gestire gli interventi di sviluppo rurale – con l'eccezione della gestione del rischio, a programmazione nazionale – integrando le specificità regionali e predisponendo i Complementi regionali per lo Sviluppo Rurale (CSR), con co-partecipazione finanziaria delle Regioni.

Sul piano della comunicazione, il PSP è accompagnato dal Piano di Comunicazione Generale (PCG) del MASAF, che definisce la governance multilivello, gli obiettivi comuni e, attraverso le Linee guida di comunicazione (Allegato D), uno schema metodologico condiviso per la pianificazione esecutiva, l'uso del logo del PSP e il set minimo di indicatori. Al PCG sono allegati, quali parti integranti, le Disposizioni regolamentari in materia di comunicazione (Allegato A), il Piano di azione nazionale (Allegato B), il Piano Strategico nazionale della PAC con le indicazioni d'uso del marchio (Allegato C) e le Linee guida di comunicazione (Allegato D). Il presente Piano regionale ne recepisce l'impianto e ne declina i contenuti sul territorio umbro.

1.3 Il CSR per l'Umbria 2023-2027

Il Complemento di Sviluppo Rurale per l'Umbria 2023-2027 è il documento di programmazione regionale dello sviluppo rurale, adottato con DGR n. 1393 del 28/12/2022 e successivamente aggiornato (da ultimo con la versione n. 7, DGR n. 199 del 04/03/2026). È il frutto di un percorso partecipato avviato con l'istituzione del Tavolo di partenariato per lo Sviluppo rurale (DGR n. 817/2022).

Un dato strutturale orienta l'intera strategia di comunicazione: l'intero territorio dell'Umbria è classificato come area rurale. Ne discende la necessità di una comunicazione capillare, capace di raggiungere tutte le aree della regione e di rivolgersi tanto agli operatori del settore quanto al grande pubblico, in quanto la politica di sviluppo rurale incide direttamente sulla qualità della vita dell'intera popolazione regionale.

Il CSR declina la strategia regionale in 3 obiettivi generali, 9 obiettivi specifici e 1 obiettivo trasversale, e attiva 45 interventi coerenti con il PSP, con specificità regionali su criteri di ammissibilità, priorità territoriali e settoriali, principi di selezione, modalità attuative e monitoraggio. La struttura logica degli obiettivi specifici è la seguente: i primi tre sono di natura economica, dal quarto al sesto riguardano ambiente e clima, gli ultimi tre hanno carattere sociale; ad essi si aggiunge l'obiettivo trasversale dedicato a conoscenza, innovazione e digitalizzazione (AKIS).

1.3.1 Indirizzi strategici e dotazione finanziaria

La strategia del CSR è articolata in quattro indirizzi strategici, ai quali sono associate le seguenti risorse in termini di spesa pubblica:

Indirizzo strategico	Risorse (M€)	Finalità
Strategia per la competitività e la resilienza	151,65	Rafforzare e ampliare la competitività di imprese agricole, agroalimentari e filiere; favorire il ricambio generazionale e gli investimenti produttivi.
Strategia per l'ambiente e clima	198,59	Innalzare la resilienza tramite sostenibilità ambientale; tutela di biodiversità, acqua, suolo; mitigazione e adattamento climatico (ambizione ambientale ~45%, oltre il minimo del 35%).
Strategia per il tessuto socioeconomico delle aree rurali	142,36	Rafforzare i territori rurali, i servizi alla popolazione e lo sviluppo locale partecipativo LEADER (dotazione 6,17%, oltre il minimo del 5%).
Sistema delle conoscenze, innovazione e digitalizzazione (AKIS)	22,01	Promuovere conoscenza, innovazione e digitalizzazione in agricoltura e nelle aree rurali.

Fonte: CSR per l'Umbria 2023-2027 – ripartizione per indirizzo strategico (spesa pubblica).

La dotazione complessiva del CSR per l'Umbria è di circa 514,4 milioni di euro di spesa pubblica (quote FEASR, Stato e Regione); con il finanziamento nazionale integrativo (top up) la dotazione complessiva del programma raggiunge circa 534,4 milioni di euro. Le scelte di comunicazione del presente Piano sono coerenti con questa articolazione e con le priorità politiche regionali più recenti: ricambio generazionale, rafforzamento della competitività, valorizzazione di prodotti tipici e filiere, promozione dei territori rurali. Le risorse destinate al Piano di comunicazione rientrano tra quelle previste per l'Assistenza Tecnica e sono rimborsabili a tasso forfettario dall'organismo pagatore AGEA.

1.4 La transizione verso la PAC 2028-2034

La strategia di comunicazione del CSR 2023-2027 si sviluppa in una fase di transizione verso la nuova programmazione della Politica Agricola Comune. Con la Comunicazione COM(2025) 75 final del 19 febbraio 2025, la Commissione europea ha adottato il documento "Una visione per l'agricoltura e l'alimentazione", avviando i lavori per la definizione dei contenuti della PAC 2028-2034. Con le successive proposte di Regolamento del luglio 2025, la Commissione ha proposto l'istituzione di un Fondo unico a sostegno delle politiche europee per la coesione, l'agricoltura e lo sviluppo rurale, la pesca e la politica marittima, la prosperità e la sicurezza.

Il Fondo unico verrà attuato mediante la presentazione alla Commissione, da parte di ciascuno Stato membro, di un Piano di Partenariato Nazionale e Regionale (National and Regional Partnership Plans, "Piani NRP"), articolato in capitoli nazionali, settoriali e, se del caso, regionali e territoriali, uno dei quali dedicato alla PAC e allo Sviluppo Rurale. In particolare, la proposta di Regolamento COM(2025) 560 final dettaglia le condizioni per l'attuazione del sostegno dell'Unione alla PAC per il periodo 2028-2034 nel contesto del Fondo unico e dei Piani NRP, mentre il Regolamento COM(2025) 571 definisce il Quadro finanziario pluriennale per lo stesso periodo. Il nuovo periodo di programmazione prende avvio il 1° gennaio 2028.

Ai sensi della proposta di Regolamento COM(2025) 565 final, per il Piano NRP e per ciascun capitolo ogni Stato membro organizza un partenariato globale, conforme al proprio quadro istituzionale e giuridico e al Codice europeo di condotta sul partenariato di cui al Regolamento delegato (UE) n. 240/2014. In coerenza con questo scenario, la Regione Umbria ha avviato un percorso di programmazione partecipata per la nuova PAC, di cui si dà conto al § 4.4. Per la comunicazione, la transizione tra le due programmazioni non rappresenta una cesura, ma un elemento di continuità: gli strumenti, i canali e i format sviluppati nel presente Piano sono posti al servizio dell'avvio del nuovo ciclo, in coerenza con la strategia di comunicare lo "sviluppo rurale" come concetto unitario e riconoscibile (cfr. § 6.2).

2. Il quadro conoscitivo di riferimento

2.1 La conoscenza della PAC: il ritardo dell'Italia

Le indagini Eurobarometro commissionate periodicamente dalla Commissione europea misurano il livello di conoscenza della PAC tra i cittadini. Nel 2022, alla domanda se avessero sentito parlare del sostegno che l'UE fornisce agli agricoltori attraverso la PAC, il 70% dei cittadini europei aveva risposto affermativamente. Il dato relativo all'Italia si è attestato al 57%, il valore più basso tra tutti i Paesi membri, pur in presenza di un andamento in miglioramento rispetto alle rilevazioni precedenti.

Questo ritardo strutturale nella conoscenza della PAC è una delle principali sfide cui la comunicazione regionale deve rispondere: incrementare la conoscenza e la comprensione della politica di sviluppo rurale rappresenta una priorità esplicita della Strategia, in linea con quanto rilevato anche dalle altre Regioni italiane.

2.2 Il contesto agricolo dell'Umbria

Secondo il 7° Censimento generale dell'agricoltura (ISTAT, dati 2020), il sistema agricolo umbro presenta le seguenti caratteristiche strutturali, che orientano la segmentazione dei pubblici e la scelta dei contenuti e dei canali:

Indicatore	Valore	Note
Aziende agricole	26.956	Calo del 25,6% rispetto al 2010 (settima riduzione più contenuta tra le regioni).
SAU	295.168 ettari	Calo del 9,7% rispetto al 2010; processo di concentrazione fondiaria in atto.
Piccole aziende (0-1,99 ha)	33,1% del totale	Quota inferiore alla media del Centro (35,3%) e dell'Italia (39,8%).
Aziende zootecniche	31,9% del totale	Marcata vocazione zootecnica (Italia 21,7%).
Aziende innovatrici	2.810	Aziende con almeno un investimento in innovazione nel triennio 2018-2020.
Classificazione territoriale	100% area rurale	L'intero territorio regionale è classificato come rurale.

Fonte: ISTAT, 7° Censimento generale dell'agricoltura (dati 2020) – elaborazioni “Umbria in cifre”, Regione Umbria.

Il quadro restituisce un comparto con una platea ampia di piccoli conduttori – che richiede linguaggi accessibili e canali capillari – affiancata da una componente innovatrice e strutturata e da una forte presenza zootecnica. La spinta al ricambio generazionale e all'innovazione suggerisce azioni mirate verso giovani, nuovi insediati e aziende orientate agli investimenti.

2.3 L'esperienza della programmazione 2014-2022

La precedente programmazione ha consolidato strumenti e canali e ha visto, nella fase di transizione, un'intensa attività di animazione territoriale. In particolare, il percorso partecipativo “CSR... in cammino – Istruzioni per l'uso”, realizzato dalla Regione in collaborazione con i GAL tra il 23 novembre 2022 e il 20 febbraio 2023, ha toccato 12 tappe (Città di Castello, Orvieto, Spoleto, Todi, Gubbio, Terni, Foligno, Città della Pieve, Amelia, Perugia, Norcia, Gualdo Tadino) registrando oltre 1.000 presenze. L'iniziativa ha rappresentato l'occasione per presentare al pubblico la nuova immagine coordinata del brand “sviluppo rurale” e per impostare un confronto aperto, trasparente e collaborativo con il territorio. Questa esperienza costituisce la base metodologica del presente Piano: format itineranti, collaborazione con i GAL e un'identità visiva riconoscibile. I dati raccolti nel corso del percorso costituiscono la baseline di riferimento per misurare l'efficacia delle azioni di comunicazione rivolte agli eventi nella nuova programmazione. Le indagini di Customer Satisfaction somministrate ai partecipanti in collaborazione con il Valutatore indipendente, hanno rilevato: 979 partecipanti complessivi agli 8 incontri realizzati nel 2023 (su 12 totali programmati); il 56,56% dei partecipanti ha espresso un giudizio “Molto Buono” sull'iniziativa. Hanno partecipato 5 GAL (Trasimeno Orvietano, Valle Umbra e Sibillini, Media Valle del Tevere, Ternano, Alta Umbria) e le principali associazioni di categoria agricola (Coldiretti Umbria, CIA Umbria, Confagricoltura Umbria), oltre a istituzioni europee e nazionali (DG AGRI – Commissione Europea, MASAF) e all'Università degli Studi di Perugia. Alla stessa stagione appartengono due ulteriori esperienze di successo che il presente Piano assume come asset strategici permanenti: il social contest “Angolo di Campo” e il concorso nazionale “RuralCiak”, descritti al § 6.5.

3. La strategia di comunicazione

3.1 Caratteristiche e finalità

La Strategia di comunicazione per lo Sviluppo Rurale dell'Umbria parte dalle evidenze delle ricerche sulla conoscenza della PAC e dalle risultanze delle attività condotte nella programmazione precedente. Essa fornisce il quadro di riferimento alla fase di attuazione, identificando i target, definendo gli obiettivi da perseguire e mettendo in relazione obiettivi, target e risultati attesi. La definizione puntuale degli strumenti e delle modalità è contenuta nel Piano di comunicazione pluriennale (Parte 4). La comunicazione persegue la finalità strategica di valorizzare e promuovere presso il grande pubblico l'impatto della politica agricola in termini di miglioramento ambientale, competitività e qualità della vita nelle zone rurali, e ha il compito di rafforzare il legame tra istituzioni e cittadini, promuovendo partecipazione, ascolto e coinvolgimento e garantendo piena trasparenza nell'attuazione delle azioni di sostegno.

3.2 I target della strategia

Sulla base degli indirizzi del Regolamento (UE) 2021/2115 e dell'esperienza regionale, i pubblici sono ricondotti a quattro macro-target. A ciascuno corrisponde un diverso livello di approfondimento tecnico: massima tecnicità per gli operatori, linguaggio divulgativo per la cittadinanza, secondo un sistema comunicativo a più livelli.

Macro-target	Composizione e ruolo
Beneficiari e potenziali beneficiari	Aziende agricole, agroalimentari e forestali; popolazione rurale; giovani agricoltori e nuovi insediati; organizzazioni di produttori; enti pubblici beneficiari (Comuni, Unioni). È il destinatario "privilegiato": riceve informazioni puntuali su opportunità, bandi, criteri di selezione e procedure amministrative.
Stakeholder / Portatori d'interesse	Organizzazioni professionali e sindacali agricole; associazioni cooperative; GAL; consorzi di tutela; tecnici e consulenti; componenti del Tavolo di partenariato regionale del CSR. Interlocutori tecnici e moltiplicatori dell'informazione.
Cittadini	Popolazione generale. Sotto-target prioritari: giovani, studenti delle scuole superiori in uscita e studenti universitari di ambito agrario, ambientale e agroalimentare. Ruolo centrale per promozione dell'ascolto e garanzia di trasparenza.
Media e moltiplicatori dell'informazione	Testate giornalistiche regionali e di settore, blog specializzati, influencer agricoli, comunicatori istituzionali. Target distinto dagli stakeholder tecnici perché richiede strumenti dedicati (comunicati stampa, service video, native advertising): agisce come amplificatore dei messaggi verso il grande pubblico e i potenziali beneficiari.

Il principio guida è che il livello di approfondimento dei contenuti cresce avvicinandosi agli operatori del settore e diminuisce verso i target più ampi e distanti dal tema, come la cittadinanza; analogamente il linguaggio passa da tecnico (ma semplificato) per gli operatori a pienamente divulgativo per i cittadini, nel rispetto dei concetti di base della politica di sviluppo rurale.

3.3 Obiettivi della comunicazione

In coerenza con gli obiettivi generali del PCG nazionale e con le specificità del CSR, il Piano regionale persegue i seguenti obiettivi di sistema:

1. Pubblicizzare la nuova programmazione, coinvolgendo direttamente tutti i soggetti dell'attuazione del CSR;
2. Comunicare ai portatori d'interesse le opportunità del CSR, assicurando trasparenza, semplificazione e accesso a dati e informazioni;
3. Incoraggiare i potenziali beneficiari ad accedere alle opportunità del CSR, creando occasioni di ascolto, riflessione, approfondimento e formazione;
4. Promuovere la conoscenza degli interventi del CSR relativi al primo e al secondo pilastro, assegnando ai beneficiari il ruolo attivo di ambassador della PAC 2023-2027;
5. Facilitare lo scambio di esperienze tra portatori d'interesse e le azioni di rete, anche tramite piattaforme, forum ed eventi;
6. Diffondere i risultati raggiunti e le ricadute sui territori, valorizzando le buone pratiche.

3.3.1 Gli obiettivi specifici regionali: quadro logico

Sul modello adottato dalle altre Regioni, gli obiettivi di sistema sono declinati in sette obiettivi specifici regionali (OS), che strutturano il quadro strategico e il sistema di monitoraggio.

Il quadro logico seguente unifica, per ciascun obiettivo specifico (OS1-OS7), la finalità, il raccordo al macro-obiettivo del quadro logico nazionale (PCG) e i risultati attesi, con l'indicazione dei relativi target. La lettura per riga consente di seguire l'intero percorso, dall'obiettivo ai suoi risultati. I target, i valori attesi e gli indicatori di dettaglio per il monitoraggio sono definiti nel sistema di misurazione di cui al § 8. La tabella è presentata in orientamento orizzontale per agevolarne la consultazione.

Obiettivo specifico	Finalità	Macro-obiettivo del quadro logico nazionale (PCG)	Risultato atteso
OS1 – Incrementare la conoscenza della politica di sviluppo rurale in Umbria e la comprensione dei suoi temi	Recuperare il ritardo nella conoscenza della PAC e migliorare la percezione dei cittadini.	Contribuire a informare il pubblico e i potenziali beneficiari sulla PAC e sulle possibilità di finanziamento	Incremento della conoscenza presso i cittadini
			Incremento della conoscenza presso i beneficiari
			Incremento dell'esposizione alle campagne (target: Cittadini)
OS2 – Aumentare l'interesse e la mobilitazione verso il CSR e le sue opportunità	Mobilitare l'adesione dei potenziali beneficiari per un pieno e tempestivo utilizzo delle risorse.	Assicurare pubblicità al PSP – possibilità offerte e condizioni di accesso	Aumento della conoscenza sul CSR (target: Beneficiari e potenziali beneficiari)
			Migliore informazione sulle opportunità di finanziamento (target: Beneficiari e potenziali beneficiari)
			Aumento dell'interesse e della mobilitazione (target: Cittadini)
OS3 – Consolidare e migliorare la comunicazione tecnica su accesso alle opportunità e gestione delle operazioni	Spiegare funzionamento e logiche degli interventi per una corretta attuazione.	Assicurare pubblicità al PSP – possibilità offerte e condizioni di accesso	Maggiore chiarezza dell'informazione (target: Beneficiari e potenziali beneficiari)
			Maggiore utilizzo dei canali (sito, social) (target: Beneficiari e potenziali beneficiari)
			Aumento dell'interazione sui canali social (target: Beneficiari e potenziali beneficiari; Cittadini)
			Migliore informazione sugli obblighi dei beneficiari
OS4 – Aumentare conoscenza e consapevolezza su risultati e vantaggi generati dal CSR	Far comprendere gli impatti su territorio, ambiente e comunità, anche oltre il settore agricolo.	Contribuire alla diffusione dei risultati dei piani strategici della PAC	Conoscenza dell'impatto nella vita quotidiana (target: Cittadini; Beneficiari)
			Esposizione ai risultati della politica (target: Cittadini)
OS5 – Rafforzare la collaborazione e il coinvolgimento con il Partenariato regionale	Coinvolgere i partner con iniziative dedicate, valorizzandone il potenziale di amplificazione.	Contribuire a informare il pubblico e i potenziali beneficiari (azioni di rete e scambio)	Soddisfazione complessiva per la comunicazione (target: Portatori d'interesse)
			Soddisfazione per gli strumenti messi a disposizione (target: Portatori d'interesse)
			Soddisfazione per gli eventi dedicati (target: Portatori d'interesse)
OS6 – Contribuire alla trasparenza del sostegno europeo e della gestione della politica	Far conoscere strumenti e procedure di trasparenza e accrescerne la percezione.	Assicurare pubblicità al PSP – informazione del pubblico sui contributi dell'Unione	Aumento della percezione della trasparenza (target: Cittadini; Beneficiari; Portatori d'interesse)
OS7 – Ridurre il tasso di errore nella gestione delle procedure attuative del CSR	Supportare beneficiari e tecnici nella corretta attuazione delle operazioni con comunicazione tecnica mirata (incontri formativi, guide operative, FAQ).	Assicurare pubblicità al PSP – accesso a condizioni, criteri e requisiti per i beneficiari	Riduzione delle irregolarità rendicontabili (target: Beneficiari e potenziali beneficiari)

Nota – Per OS1-OS6 i risultati attesi e i relativi target derivano dal quadro strategico regionale e sono misurati, nel sistema di monitoraggio (§ 8), prevalentemente tramite indagini presso il grande pubblico e i beneficiari, con frequenza almeno annuale. OS7 (riduzione del tasso di errore) ha natura tecnica e rendicontabile: è misurato attraverso il tasso di errore del CSR rilevato in sede di rendicontazione e controlli, nell'ambito del Piano di valutazione. Il raccordo ai macro-obiettivi del PCG è di tipo prevalente: alcuni OS concorrono a più di un macro-obiettivo nazionale.

4. Governance e attuazione

4.1 La governance nazionale della comunicazione e il contributo dell'Umbria

La comunicazione del Piano Strategico della PAC si fonda su una governance multilivello, che collega il livello nazionale, presidiato dal Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (MASAF) — presso il quale, ai sensi dell'art. 54 del D.L. 24 febbraio 2023, n. 13, è istituita l'Autorità di Gestione nazionale del PSP — e il livello regionale, in capo alle Autorità di Gestione dei Complementi di Sviluppo Rurale (AdGR). A livello nazionale l'organismo responsabile delle attività di comunicazione è la Direzione generale degli affari generali e del bilancio (DG AGEBIL) del MASAF, individuata ai sensi dell'art. 48 del Regolamento (UE) 1060/2021, che indirizza e coordina le attività di comunicazione del PSP e ne assicura l'armonizzazione con i programmi regionali. Attorno a questo perno operano gli organismi di indirizzo, consultazione e supporto tecnico descritti di seguito, ai quali la Regione Umbria partecipa attivamente, contribuendo alla costruzione di una strategia condivisa e alla circolazione delle buone pratiche. A presidio dell'intero impianto opera inoltre il Comitato di Monitoraggio nazionale del PSP, istituito ai sensi dell'art. 124 del Regolamento (UE) 2021/2115, che tra le proprie funzioni esamina l'attuazione delle azioni di comunicazione e visibilità e riceve dall'Autorità di gestione le informazioni necessarie a valutarne l'efficacia. Il Piano di Comunicazione Generale del PSP è sottoposto al parere del Comitato di Monitoraggio nazionale prima della sua adozione. A livello regionale, un ruolo analogo di verifica è svolto dal Comitato di Monitoraggio del CSR Umbria, nel cui ambito sono presentati gli esiti delle attività e degli indicatori di comunicazione (cfr. § 8).

Il Piano di Comunicazione Generale del PSP

Il Piano di Comunicazione Generale (PCG) del PSP, predisposto dal MASAF, è il documento fondamentale che presenta in maniera sistematica le scelte strategiche di comunicazione della PAC 2023-2027, illustrando obiettivi, strumenti, destinatari, azioni e modalità di attuazione, e costituisce la guida per una pianificazione efficace ed efficiente delle attività di disseminazione a livello nazionale e regionale. Le Autorità di Gestione regionali partecipano alla sua definizione e, sulla base di esso, adeguano i propri piani di comunicazione: il presente Piano regionale ne rappresenta l'attuazione per il territorio umbro. Il PCG orienta la comunicazione attorno alle quattro parole chiave dell'approccio italiano alla PAC – equità, sostenibilità, sviluppo locale e innovazione – e persegue tre obiettivi generali, ancorati agli obblighi regolamentari, ai quali il presente Piano regionale raccorda i propri obiettivi (cfr. § 3.3):

- **Obiettivo 1** – assicurare che sia data pubblicità al Piano Strategico della PAC (art. 123, par. 2, lett. k, Reg. (UE) 2021/2115), informando i portatori di interesse sulle opportunità e le condizioni di accesso ai finanziamenti;
- **Obiettivo 2** – contribuire a informare il pubblico e i potenziali beneficiari sulla PAC e sulle possibilità di finanziamento (art. 126, par. 3, lett. d), anche tramite le azioni di rete;
- **Obiettivo 3** – contribuire alla diffusione dei risultati dei piani strategici della PAC (art. 126, par. 3, lett. g), valorizzando buone pratiche e ricadute sui territori.

Sul piano operativo il PCG assegna ai beneficiari il ruolo di ambassador della PAC, imposta una comunicazione bidirezionale e orientata ai media digitali, e adotta un set minimo di indicatori di prodotto e di risultato (coerenti con le "Common Network Statistics" europee), rilevabili anche a livello di CSR: è su questo impianto che si fonda il sistema di monitoraggio del presente Piano (cfr. § 8). Al PCG sono allegati, quali parti integranti, le Disposizioni regolamentari in materia di comunicazione (Allegato A), il Piano di azione nazionale 2025-2026 (Allegato B), le indicazioni d'uso del marchio del PSP (Allegato C) e le Linee guida di comunicazione (Allegato D).

L'attuazione del PCG segue un cronoprogramma nazionale che scandisce anche i tempi del raccordo con le Regioni: la costituzione del Comitato di Indirizzo Strategico della Comunicazione (CISC) nel luglio 2025, l'istituzione del Comitato Consultivo della Comunicazione (CCC) nell'ottobre 2025, l'adozione del Piano di Comunicazione Generale nel novembre 2025 e la successiva predisposizione del piano di attività e dei documenti di gara. La Regione Umbria partecipa a questo percorso attraverso gli organismi descritti nei paragrafi seguenti.

Il Comitato di Indirizzo Strategico della Comunicazione (CISC)

Il Comitato di Indirizzo Strategico della Comunicazione (CISC), istituito con DM MASAF n. 0270818 del 16 giugno 2025, ha un ruolo principalmente strategico e di indirizzo. Definisce le linee strategiche di medio e lungo periodo e le tematiche da sviluppare, indirizza e supervisiona il Piano di Comunicazione Generale del PSP, orienta funzioni e output della comunicazione con particolare riguardo ai progetti strategici, promuove lo scambio di esperienze e di buone pratiche e coordina le attività di comunicazione tra lo Stato membro Italia e la Commissione europea. La Regione Umbria partecipa al CISC in qualità di componente istituzionale, concorrendo alla definizione degli indirizzi strategici e assicurando la coerenza tra la strategia nazionale e la comunicazione del CSR regionale.

Il Comitato Consultivo della Comunicazione (CCC)

Il Comitato Consultivo della Comunicazione (CCC), istituito nell'ambito della Rete PAC con DM MASAF n. 0532383 dell'8 ottobre 2025, ha funzioni consultive e operative. Riunisce i Responsabili della comunicazione dei CSR designati dalle AdGR e i componenti designati dagli enti vigilati dal MASAF, con l'obiettivo di garantire il coordinamento e l'integrazione tra le attività di comunicazione nazionali e quelle programmate a livello regionale, scambiare esperienze e buone pratiche, condividere il calendario delle iniziative e definire le attività da svolgere in sinergia. La Regione Umbria è componente del CCC attraverso il proprio Responsabile della comunicazione: è in questa sede che porta il contributo operativo del CSR Umbria, allinea la codifica delle proprie aree di attività a quella nazionale (cfr. § 6.4), condivide il calendario delle iniziative regionali e propone attività congiunte con le altre Regioni e con la Rete PAC.

Il Comitato Tecnico Scientifico della Rete PAC “Connessioni Rurali”

Nell'ambito della Rete PAC “Connessioni Rurali” opera un Comitato Tecnico Scientifico, organismo di supporto tecnico e scientifico alle attività della Rete nazionale. Esso concorre a orientare, sul piano metodologico e dei contenuti, le iniziative di informazione, formazione e disseminazione promosse dalla Rete, favorendo il raccordo tra il mondo della ricerca, il sistema della conoscenza e dell'innovazione in agricoltura (AKIS) e gli attori della comunicazione. La Regione Umbria valorizza questo raccordo tecnico-

scientifico attraverso la propria partecipazione alle iniziative della Rete PAC, in particolare al progetto “Connessioni Rurali – Open farms, dal laboratorio al campo”, cui aderisce con il Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali (DSA3) dell’Università di Perugia, contribuendo così a collegare la comunicazione del CSR con il sistema regionale della ricerca e della formazione.

Il ruolo della Direzione generale dello sviluppo rurale (DISR)

La Direzione generale dello sviluppo rurale (DISR) del MASAF, quale Autorità responsabile della Rete nazionale della PAC e delle misure nazionali di sviluppo rurale cofinanziate dall’Unione europea, contribuisce alle attività di comunicazione, informazione e visibilità in coerenza con gli obiettivi e le funzioni descritti all’art. 126, paragrafi 3 e 4, del Regolamento (UE) 2021/2115. In raccordo con la DG AGEBIL, la DISR promuove, in collegamento con la Rete europea della PAC, l’informazione del pubblico e dei potenziali beneficiari sulla PAC e sulle possibilità di finanziamento, la raccolta e diffusione delle buone pratiche e le attività di rete. È in questo quadro che si collocano le iniziative della Rete PAC “Connessioni Rurali”, a cui la Regione Umbria partecipa, consolidando il proprio ruolo nel sistema nazionale della comunicazione FEASR.

Il contributo della Regione Umbria alla governance nazionale

La Regione Umbria non è soltanto destinataria degli indirizzi nazionali, ma soggetto attivo della governance della comunicazione: partecipa al CISC per la componente strategica e al CCC per quella operativa, contribuisce alle iniziative della Rete PAC e al raccordo tecnico-scientifico di “Connessioni Rurali”, e si coordina con la DISR e la DG AGEBIL nel rispetto della governance multilivello. Questo posizionamento consente all’Umbria di portare a sistema le proprie buone pratiche, di garantire coerenza tra la strategia nazionale e il CSR regionale e di valorizzare, nei tavoli nazionali ed europei, l’esperienza maturata sul territorio.

4.2 Le iniziative nazionali di comunicazione della Rete PAC

La comunicazione del CSR Umbria si inserisce in un sistema nazionale di iniziative promosse dalla Rete PAC e, a livello europeo, dalla EU CAP Network, che offrono occasioni di racconto, formazione, valorizzazione delle buone pratiche e networking. La Regione Umbria partecipa a queste iniziative per portare a sistema le proprie esperienze, dare visibilità ai risultati del CSR e rafforzare il raccordo con il livello nazionale ed europeo.

Il Cantiere di Racconto dell’Italia Rurale

Il Cantiere di Racconto dell’Italia Rurale è un laboratorio nazionale promosso dalla Rete PAC, in collaborazione con il MASAF, per rendere più comprensibile ai cittadini la Politica agricola comune attraverso storie, esperienze e progetti concreti, superando una comunicazione basata soltanto su dati e aspetti tecnici a favore dello storytelling e delle buone pratiche dei territori. Il percorso, articolato in tappe regionali che mettono in rete referenti, esperti e protagonisti del mondo agricolo, è costruito attorno alle quattro parole chiave del Piano strategico della PAC — equità, sostenibilità, innovazione e sviluppo rurale — e i materiali raccolti confluiscono nell’evento annuale della PAC. La Regione Umbria segue questo percorso come modello di riferimento per la propria narrazione territoriale, in coerenza con l’approccio dello sviluppo rurale come brand (cfr. § 6.2) e con gli obiettivi OS1 e OS4.

Il premio “Protagonisti dell’Italia rurale”

Nell’ambito del Cantiere di Racconto dell’Italia Rurale si colloca il premio “Protagonisti dell’Italia rurale”, che raccoglie e valorizza i progetti e le storie del mondo agricolo e rurale selezionati dai territori, presentati nei momenti di confronto della Rete (come il Tavolo delle Storie Rurali). La Regione Umbria può concorrere con le proprie buone pratiche ed esperienze di beneficiari, in continuità con la valorizzazione delle case history già prevista dal Piano (cfr. OS4), contribuendo così al racconto nazionale dell’Italia rurale.

Gli ARIA Awards (Agricultural and Rural Inspiration Awards)

Gli Agricultural and Rural Inspiration Awards (ARIA) sono il concorso promosso dalla EU CAP Network per premiare i progetti più innovativi, sostenibili e inclusivi finanziati dalla PAC, articolato in categorie tematiche (agricoltura intelligente e competitiva, protezione ambientale, tessuto socioeconomico delle aree rurali, ricambio generazionale) e in premi speciali (parità di genere e voto popolare). Le candidature sono presentate esclusivamente attraverso le Reti Nazionali: ogni Regione può proporre un numero definito di buone pratiche, che concorrono a livello europeo. La partecipazione agli ARIA Awards rappresenta per l’Umbria un’opportunità di visibilità europea per i progetti del CSR e un incentivo alla qualità della rendicontazione dei risultati (cfr. OS4), come dimostra il riconoscimento ottenuto nell’edizione 2024 dal progetto Open Farms – Connessioni Rurali nella categoria Rural Youth.

Il progetto Open Farms e i Mini Camp (Rete PAC – Connessioni Rurali)

Il progetto Open Farms, promosso dal MASAF e dalla Rete PAC in collaborazione con il CREA nell’ambito di “Connessioni Rurali”, realizza percorsi di formazione ed esperienze sul campo per le studentesse e gli studenti dei corsi di laurea in Scienze agrarie e affini, coinvolgendo numerose Regioni e Università. Il percorso alterna formazione e-learning, Laboratori di analisi, Caffè tematici e Mini Camp in presenza, dedicati ai temi della nuova PAC e delle tre transizioni (ecologica, digitale, generazionale). La Regione Umbria aderisce a Open Farms con il Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali (DSA3) dell’Università di Perugia, accompagnando gli studenti umbri lungo l’intero percorso: è attraverso i Mini Camp e le altre attività del progetto che l’Umbria collega la comunicazione del CSR al sistema regionale della ricerca e della formazione e al ricambio generazionale, concorrendo agli obiettivi OS1, OS2 e OS5.

4.3 Il coordinamento regionale della comunicazione

A livello regionale, il coordinamento e l’attuazione del Piano sono affidati all’Autorità di Gestione che si avvale delle competenze della Sezione Comunicazione e social media nel settore agricolo e agroalimentare, per la gestione delle seguenti attività:

- sovrintendere all’attuazione del Piano con attività di coordinamento attuativo ed economico;
- supportare il Responsabile Unico di Progetto nella gestione dei contratti per le attività affidate all’esterno;
- gestire la comunicazione web e i canali digitali;
- interfacciarsi con la struttura di comunicazione politica e istituzionale, con i referenti degli interventi del CSR (anche per l’individuazione delle buone prassi) e con il referente del Piano di valutazione;
- coordinarsi con i GAL per le iniziative territoriali e con il Tavolo di partenariato;
- garantire i rapporti con il CISC, il CCC e la Rete della PAC nazionale ed europea.

L'attuazione operativa degli interventi affidati a terzi è realizzata dall'operatore economico aggiudicatario della gara, sotto il coordinamento e la supervisione dell'AdGR, avvalendosi di un gruppo di lavoro di figure specializzate responsabili delle diverse aree di attività previste dal capitolato tecnico.

4.4 Il raccordo con la Conferenza regionale per l'agricoltura e lo sviluppo rurale 2028-2034

Come illustrato al § 1.4, la strategia di comunicazione del CSR 2023-2027 si colloca nella fase di transizione verso la nuova programmazione della Politica Agricola Comune 2028-2034. In coerenza con questo scenario, e sulla base delle positive esperienze di partenariato dei periodi 2014-2022 e 2023-2027, la Regione Umbria ha avviato un percorso di programmazione partecipata articolato in due atti di indirizzo della Giunta regionale, di cui la comunicazione del CSR costituisce strumento di servizio e di raccordo.

4.4.1 Il Tavolo regionale del Partenariato PAC 2028-2034

Con la D.G.R. n. 762 dell'08/07/2026 la Regione Umbria ha avviato le attività di partenariato per la programmazione del Piano di Partenariato Nazionale e Regionale relativo alla PAC e allo sviluppo rurale 2028-2034 e ha istituito il "Tavolo regionale del Partenariato per la PAC e lo sviluppo rurale 2028-2034". Il Tavolo, che opera secondo il modello del Regolamento delegato (UE) n. 240/2014 (Codice europeo di condotta sul partenariato), assicura la partecipazione diretta di autorità pubbliche, parti economiche e sociali, organismi della società civile e organizzazioni di ricerca e Università, secondo un approccio di governance multilivello dal basso verso l'alto. La convocazione e la presidenza del Tavolo spettano all'Assessora regionale all'Agricoltura o a un suo delegato, e la sua composizione assicura il massimo collegamento tra la programmazione 2023-2027 e quella post 2027.

L'individuazione dei soggetti da coinvolgere si ispira ai principi di pluralità, pertinenza, rappresentatività, esperienza e storicità, con coinvolgimento prioritario delle associazioni imprenditoriali, delle Università e degli Istituti di ricerca. Ciascun componente del partenariato assume un ruolo funzionale e partecipativo, impegnandosi a contribuire alla creazione di un sistema stabile di presidio e amplificazione dell'azione informativa nei confronti dei soggetti rappresentati: è in questo impegno che la comunicazione del CSR trova il proprio naturale raccordo con il partenariato, in continuità con l'obiettivo OS5.

4.4.2 La Conferenza regionale per l'agricoltura e lo sviluppo rurale

Con la successiva D.G.R. n. 822 del 22/07/2026 la Giunta regionale ha approvato la realizzazione della "Conferenza regionale per l'agricoltura e lo sviluppo rurale", progetto di programmazione partecipata che rappresenta un momento strategico di confronto in vista della PAC post 2027. La Conferenza persegue l'obiettivo di coinvolgere istituzioni e portatori di interesse nella riflessione sulle politiche future del settore e di definire un percorso condiviso che porti all'individuazione di un documento di analisi e fabbisogni di sviluppo dell'agricoltura e del sistema rurale regionale. Il percorso si sviluppa sotto il segno del motto **"L'agricoltura è di tutti"** e si articola in cinque fasi:

- Fase I – luglio 2026: presentazione del Tavolo di partenariato, della Conferenza e del quadro della PAC post 2027;
- Fase II – settembre 2026: definizione dell'analisi di contesto e individuazione dei fabbisogni;

- Fase III – seconda metà di settembre 2026: primo incontro del Tavolo regionale del Partenariato PAC 2028-2034;
- Fase IV – ottobre-novembre 2026: ciclo di incontri di ascolto sul territorio;
- Fase V – dicembre 2026: 2° incontro del Tavolo regionale del Partenariato PAC 2028-34.

I risultati attesi del percorso sono l'elaborazione del documento finale della Conferenza regionale per l'agricoltura e lo sviluppo rurale 2028-2034, la definizione della strategia regionale in vista della PAC post 2027 e la successiva presa d'atto da parte della Giunta regionale.

4.4.3 Il ciclo di ascolto territoriale e il ruolo della comunicazione

All'interno della Conferenza assume particolare rilievo, per la strategia di comunicazione, il ciclo di incontri di ascolto territoriale (Fase IV), che nella Road Map regionale si articola indicativamente in dieci tappe distribuite su tutto il territorio umbro tra settembre e novembre 2026: Città di Castello, Foligno, Cascia, Terni, Fabro, Castiglione del Lago, Marsciano, Gualdo Tadino, Spoleto e Perugia. Gli incontri si propongono come occasione di confronto e di raccolta di evidenze, fabbisogni e proposte provenienti direttamente dai territori, con un duplice obiettivo che intreccia le due programmazioni:

- rafforzare l'efficacia attuativa della programmazione PAC 2023-2027, attraverso aggiustamenti mirati e coerenti con l'evoluzione dei bisogni locali e con le criticità emerse in fase di attuazione;
- avviare la discussione per la programmazione PAC 2028-2034, con un confronto strutturato e tempestivo in vista della definizione del documento di analisi e fabbisogni di sviluppo dell'agricoltura e del sistema rurale regionale.

Per la strategia di comunicazione il ciclo di ascolto territoriale rappresenta un banco di prova e, insieme, un'opportunità: gli incontri itineranti sul territorio (Area A6) diventano il luogo in cui si attiva la relazione diretta con i target e i processi partecipativi con il partenariato e i territori, in continuità con gli obiettivi OS1 e OS4, e in coerenza con il format itinerante già sperimentato nel percorso "CSR... in cammino" (cfr. § 2.3). Le attività di supporto informativo, organizzativo e di racconto del percorso si avvalgono degli strumenti e dei canali attivati nell'ambito del servizio pluriennale di comunicazione a sostegno del CSR Umbria 2023-2027 e della politica di sviluppo rurale post 2027, come previsto dallo stesso documento di impianto della Conferenza. In questo modo la comunicazione contribuisce a garantire trasparenza, partecipazione e continuità informativa nel passaggio tra le due programmazioni, coerentemente con la finalità di rafforzare il legame tra istituzioni e cittadini enunciata al § 3.1. A presidio dell'efficacia di questo percorso, e in particolare delle attività descritte in questo paragrafo, il Piano prevede la sistematica rilevazione del grado di gradimento presso i soggetti coinvolti. In continuità con la metodologia già consolidata per il format "CSR...in cammino" (indagini di Customer Satisfaction somministrate tramite questionario in collaborazione con il Valutatore indipendente, cfr. § 8), ciascuna tappa del ciclo di ascolto territoriale e ciascun incontro del Tavolo di Partenariato saranno accompagnati da un questionario di gradimento rivolto ai partecipanti. La rilevazione è finalizzata a misurare la qualità percepita dell'iniziativa, l'efficacia del confronto partenariale e la soddisfazione dei territori, restituendo elementi utili sia al miglioramento continuo del percorso della Conferenza sia alla valutazione complessiva della strategia di comunicazione. I relativi esiti alimentano gli indicatori di risultato del sistema di monitoraggio (cfr. § 8) e concorrono, in particolare, alla misurazione dell'obiettivo OS5, dedicato al rafforzamento della collaborazione e del coinvolgimento del partenariato.

5. Logo e immagine coordinata

5.1 Il marchio del Complemento di Sviluppo Rurale

La Regione Umbria si è dotata di un proprio marchio identificativo del Complemento di Sviluppo Rurale per l'Umbria 2023-2027 e disciplinato da un apposito Manuale d'uso consultabile al seguente link <https://www.regione.umbria.it/attivita-di-comunicazione>. Il marchio del Complemento di Sviluppo Rurale per l'Umbria è composto da un segno grafico – una composizione “a girandola” di foglie stilizzate nei colori del verde, del rosso e dell'azzurro, che richiama natura, vitalità e dinamismo del sistema rurale – affiancato dal logotipo testuale “COMPLEMENTO DI SVILUPPO RURALE PER L'UMBRIA 2023 | 2027”.



5.2 La stringa istituzionale e la compresenza dei loghi

Nei materiali di comunicazione del CSR il marchio è utilizzato all'interno della stringa istituzionale, che accosta – nell'ordine – l'emblema dell'Unione europea con la dicitura “Cofinanziato dall'Unione europea”, l'emblema della Repubblica Italiana, il logo della Regione Umbria e il marchio del Complemento di Sviluppo Rurale per l'Umbria.

5.3 Regole tecniche di compresenza con l'emblema UE e il logo PSP

Nell'impiego congiunto dei marchi si applicano le caratteristiche tecniche dell'emblema dell'Unione di cui all'Allegato II del Regolamento di esecuzione (UE) 2022/129: quando l'emblema UE figura accanto ad altri loghi, esso deve presentare dimensioni almeno pari, in altezza o larghezza, a quelle del più grande degli altri loghi, e non è ammesso l'uso di altre identità visive per evidenziare il sostegno dell'Unione oltre all'emblema. Oltre al marchio del CSR, i materiali relativi a interventi del Piano Strategico nazionale recano il logo del PSP nazionale, secondo le regole di compresenza e posizionamento definite dal relativo manuale d'uso (Allegato C al Piano di Comunicazione Generale del PSP); l'uso congiunto del logo nazionale e di quello regionale è ammesso esclusivamente nell'ambito di attività o progetti a carattere strategico ed è in ogni caso escluso l'utilizzo del logo nazionale da parte dei beneficiari.



5.4 Obblighi di visibilità in capo ai beneficiari

Ai sensi dell'Allegato III, punto 2, del Regolamento di esecuzione (UE) 2022/129, i beneficiari di interventi finanziati dal FEASR diversi da quelli connessi alla superficie e agli animali sono tenuti a riconoscere il sostegno ricevuto. L'Autorità di Gestione regionale garantisce, anche attraverso il servizio di comunicazione e la rete dei moltiplicatori, che tali obblighi siano conosciuti e adempiuti, in funzione della corretta attuazione e della riduzione del tasso di errore (OS7). In particolare, i beneficiari: a) pubblicano, ove dispongano di un sito web o di account social ufficiali, una breve descrizione dell'operazione, proporzionata al livello del sostegno, che ne evidenzia finalità, risultati e il sostegno finanziario dell'Unione; b) appongono una dichiarazione che metta in evidenza il sostegno dell'Unione, con l'emblema UE, sui documenti e materiali di comunicazione destinati al pubblico o ai partecipanti.

Sono inoltre dovuti, in ragione delle soglie di spesa pubblica e con l'emblema dell'Unione conforme alle caratteristiche tecniche dell'Allegato II: targhe o cartelloni permanenti per le operazioni infrastrutturali o di costruzione di importo superiore a 500.000 euro; una targa informativa o un display elettronico equivalente per gli investimenti in beni materiali di importo superiore a 50.000 euro; almeno un poster di formato non inferiore ad A3 o un display equivalente per le operazioni LEADER, i servizi di base e le infrastrutture di importo superiore a 10.000 euro, con targa informativa anche presso le sedi dei GAL finanziati da LEADER. Per i beneficiari persone fisiche, l'AdGR assicura, nella misura del possibile, la disponibilità di informazioni adeguate sul sostegno in un luogo visibile al pubblico o mediante display elettronico.

5.5 Raccordo con il marchio settoriale agroalimentare regionale

Il marchio del CSR — identità visiva del programma di sviluppo rurale, a garanzia della visibilità dei fondi FEASR — opera in modo complementare al marchio collettivo settoriale agricolo e agroalimentare umbro, declinazione del marchio ombrello regionale “Umbria Cuore Verde d'Italia” (DGR 1027/2022) con il pay-off “Dal cuore verde, il meglio della terra”. I due strumenti sono distinti per natura e finalità: il primo identifica gli interventi e le opportunità della politica di sviluppo rurale; il secondo è uno strumento di qualità e valorizzazione commerciale delle produzioni certificate (DOP, IGP, BIO, SQNPI), rivolto al posizionamento di mercato e all'export. Poiché il perimetro del marchio settoriale coincide in larga parte con l'universo di beneficiari e produzioni che il CSR sostiene, i due marchi sono naturalmente complementari.

La comunicazione del CSR ricerca quindi sinergie con la strategia del marchio settoriale — nella valorizzazione delle filiere e dei prodotti tipici, nella diffusione delle buone pratiche e nella promozione dei territori rurali — nel rispetto della distinzione funzionale e delle rispettive regole d'uso, e senza sovrapposizione di spesa. Il punto di massima sinergia è l'allineamento del marchio settoriale agli obiettivi della PAC 2023-2027 e della strategia Farm to Fork, che rende coerente il racconto della qualità delle produzioni con quello della politica di sviluppo rurale. Il raccordo amplifica così la riconoscibilità complessiva del sistema agricolo e agroalimentare umbro presso cittadini, beneficiari e consumatori. Per l'impianto normativo, il perimetro e la strategia di sviluppo pluriennale del marchio settoriale si rinvia alla Strategia di posizionamento e sviluppo del marchio settoriale agricolo e agroalimentare 2026-2028.

6. Il Piano di comunicazione pluriennale

6.1 Caratteristiche del Piano

Il Piano di comunicazione definisce gli aspetti attuativi della comunicazione a sostegno della politica di sviluppo rurale regionale. È organizzato per aree di attività omogenee, al cui interno sono previsti gli output (strumenti, canali, azioni) attraverso cui l'Autorità di Gestione regionale dà esecuzione alla Strategia. Le attività sono realizzate in parte con risorse interne della Sezione Comunicazione e social media nel settore agricolo e agroalimentare e in parte mediante affidamento a terzi tramite procedura di gara, finanziato con le risorse di Assistenza tecnica del CSR. Il Piano è attuato attraverso piani esecutivi annuali, raccolti nel documento collegato "Piano operativo annuale della comunicazione", pubblicati sul sito del Programma e aggiornabili con versioni successive tracciate.

6.2 Strategia operativa: lo "sviluppo rurale" come brand

In continuità con l'impostazione adottata nella fase di transizione, la strategia operativa punta a comunicare lo "Sviluppo rurale" come concetto unitario e riconoscibile, capace di legare in modo trasversale – dal punto di vista amministrativo e temporale – le politiche, le opportunità e i risultati dei diversi periodi di programmazione. Questo approccio, già sperimentato con il percorso "CSR... in cammino" e con la presentazione del marchio del Complemento di Sviluppo Rurale (cfr. cap. 5), consente di valorizzare il percorso compiuto e di accompagnare l'avvio della nuova programmazione senza disperdere la riconoscibilità costruita negli anni.

6.3 Strumenti e canali di diffusione

Coerentemente con lo schema condiviso delle Linee guida nazionali, gli strumenti sono ricondotti a quattro categorie (S1-S4) per favorire confrontabilità e monitoraggio:

Cod.	Categoria	Strumenti e canali
S1	Comunicazione online	Sito web tematico dedicato al CSR "Umbria Agricoltura"; profili social "Umbria Agricoltura" (Facebook, Instagram, YouTube); sito istituzionale della Regione Umbria; newsletter.
S2	Comunicazione a stampa	Guida alle opportunità del CSR e pubblicazioni divulgative; opuscoli, brochure, comunicati stampa; materiali editoriali e promozionali.
S3	Mezzi di informazione di massa	Inserzioni su testate generaliste e di settore; spot video e audio; campagne radio/TV, con presidio strategico sul canale tematico Greenventure TV (cfr. § 6.3.2); native advertising su testate digitali.
S4	Organizzazione eventi	Convegni, seminari e conferenze tematiche; workshop e tavoli tecnici; incontri informativi itineranti sul territorio (in collaborazione con i GAL); webinar; partecipazione a fiere di settore.

6.3.1 I canali digitali dello Sviluppo Rurale dell'Umbria

- **Sito web tematico:** Sito [Umbria Agricoltura](#) dedicato alla programmazione 2014-2022 e a quella 2023-2027 e a quelle future: punto di riferimento per opportunità, bandi, disposizioni attuative, documenti di sorveglianza e valutazione, risultati conseguiti.
- **Area Sito web regionale:** area del [sito istituzionale della Regione Umbria](#) dedicata all'agricoltura e allo sviluppo rurale in cui vengono pubblicati i documenti ufficiali relativi al programma.
- **Newsletter:** Strumento di direct email marketing verso utenti registrati, Partenariato e rete interna; particolarmente utile nei periodi di maggiore affluenza di informazioni (uscita bandi, modifiche, rapporti di valutazione).
- **Profili social:** Canali coordinati Umbria Agricoltura su [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#) per facilitare il coinvolgimento, la partecipazione e il senso di comunità.

6.3.2 Lo sviluppo dei canali social: dal bollettino digitale alla community rurale

I canali Umbria Agricoltura, pur con una buona base di pubblico (circa 5.870 fan su Facebook, oltre 3.300 follower su Instagram: dati di luglio 2026) presentano un buon engagement. Coerentemente con l'approccio dei migliori benchmark regionali di settore, centrato sul racconto dei protagonisti e sulla diffusione dei risultati, la strategia di miglioramento mira a superare la logica di bollettino digitale per assumere definitivamente l'identità di media rurale partecipativo, attraverso uno storytelling ancor più strutturato, gestione attiva della community, piano editoriale e hashtag strutturati, campagne social profilate (Meta Ads). Il portale [umbriagricoltura.it](#) e l'asset RuralCiak, di cui la Regione è capofila, sono valorizzati in una strategia digitale unitaria, monitorata con gli indicatori del § 8.2 e con la misurazione dell'engagement rate.

6.3.3 Greenventure TV: il presidio televisivo tematico

Tra i mezzi di informazione di massa (S3) il Piano individua in Greenventure TV un presidio strategico. Nata su iniziativa di Confagricoltura Umbria e attiva sul digitale terrestre regionale da febbraio 2026, è una piattaforma crossmediale (TV, web, social, podcast, app, streaming) interamente dedicata all'Umbria dell'impresa, dell'innovazione, del territorio e della sostenibilità, con un palinsesto a vocazione agricola. Le sue peculiarità: un'audience verticale profilata sui target del Piano, che abbatta il costo-contatto; una coerenza editoriale con il brand "sviluppo rurale"; formati lunghi di approfondimento utili a trasferire contenuti tecnici (OS2, OS3, OS7); una crossmedialità nativa che moltiplica la vita utile dei contenuti dell'Area A3; un forte radicamento territoriale. Il canale non sostituisce ma integra il servizio pubblico (TGR Rai Umbria, per autorevolezza e media relations) e le emittenti generaliste locali (per le campagne a copertura ampia). L'utilizzo puntuale (spot, rubriche, speciali sui bandi) è definito nei Piani annuali (Area A5), nel rispetto delle procedure di acquisto spazi e delle dichiarazioni AGCOM.

6.3.4 L'accessibilità dei bandi: piano di sviluppo su Umbria Agricoltura

L'accesso semplice, tempestivo e comprensibile ai bandi è la preconditione dell'efficacia della politica: al fine di superare la dispersione delle informazioni il Piano concentra e potenzia la pubblicazione dei bandi sul portale tematico Umbria Agricoltura e sui canali social collegati, pur mantenendo gli obblighi informativi

previsti (BUR e sezione bandi del sito istituzionale regionale. La strategia di sviluppo prevede inoltre: ulteriore standardizzazione e semplificazione, con una scheda che risponde alle cinque domande essenziali del beneficiario — chi, cosa, quanto, quando, come — corredata di infografica; ricerca, calendario e notifica, con filtri di ricerca, calendario pluriennale dei bandi e alert personalizzati via newsletter, in assolvimento dell’obbligo del punto 1.4 dell’Allegato III del Reg. (UE) 2022/129; diffusione multicanale e accompagnamento, con rilancio social, spazi TV, rete dei moltiplicatori, webinar e FAQ dinamiche. Il piano concorre a OS2, OS3 e OS7 ed è monitorato con indicatori dedicati; gli interventi tecnici rientrano nello sviluppo del sito (Area A4).

6.4 Aree di attività e output

Il Piano si articola in sette Aree di attività omogenee (A1-A7), ciascuna con una propria finalità e un insieme di output dedicati. La suddivisione consente di organizzare il lavoro in modo chiaro, di assegnare responsabilità specifiche e di monitorare i risultati area per area. La tabella seguente ne offre una visione d'insieme.

La tabella seguente offre una visione d'insieme delle sette Aree di attività (A1-A7), con la relativa finalità, gli output principali e la corrispondenza con la numerazione delle attività del Piano di azione nazionale (Allegato B al PCG). Poiché la codifica regionale non coincide, dalla A2 in poi, con quella nazionale, l'ultima colonna assicura la confrontabilità in sede di Comitato Consultivo della Comunicazione (CCC) e in fase di rendicontazione; la codifica regionale resta quella utilizzata nelle tabelle di budget del presente Piano. La tabella è presentata in orientamento orizzontale per agevolarne la consultazione.

Tabella 6.1 – Le sette Aree di attività: finalità, output e corrispondenza nazionale

Area	Denominazione	Finalità	Output principali	Corrispondenza nazionale (Allegato B al PCG)
A1	Pianificazione, coordinamento e monitoraggio	Governare il Piano in modo ordinato e trasparente, assicurando coordinamento, rendicontazione e misurazione dei risultati.	• Piano annuale delle attività di comunicazione • Incontri di coordinamento e relativi report • Relazione semestrale di esecuzione e report annuale • Indagini sul Piano e sugli strumenti • Servizio di rassegna stampa	A1 – Pianificazione, coordinamento e monitoraggio (coincide)
A2	Materiale grafico e iconografico	Dotare il Piano di un patrimonio visivo coerente e riconoscibile, a supporto di tutti gli altri strumenti.	• Set di immagini originali e servizi fotografici dei beneficiari • Infografiche statiche e card per i social • Prodotti grafici per le campagne • Gestione dell'immagine coordinata del brand "sviluppo rurale"	A2 – Logo e immagine coordinata (parziale); A6 – Pubblicazioni e materiali promozionali
A3	Video e prodotti multimediali	Raccontare risultati, persone e opportunità con linguaggi audiovisivi accessibili e coinvolgenti.	• Video-interviste ai beneficiari e "storie di sviluppo rurale" • Video buone pratiche e casi studio • Spot video e podcast • Animazioni grafiche e infografiche animate	A7 – Video e prodotti multimediali
A4	Comunicazione web e social	Garantire un presidio digitale stabile e aggiornato, punto di riferimento informativo per tutti i target.	• Gestione redazionale di sito e canali social • Newsletter • Mantenimento e sviluppo del sito; database immagini • Pubblicazione accessibile dei bandi (cfr. § 6.3.3) • Analisi di posizionamento SEO	A3 – Comunicazione web e social
A5	Campagne pubblicitarie	Amplificare la portata dei messaggi presso pubblici ampi e profilati, con un mix di mezzi calibrato.	• Campagne social • Spot video e audio, con presidio su Greenventure TV (cfr. § 6.3.2) • Inserzioni su testate generaliste e di settore • Native advertising su testate digitali	A4 – Campagne pubblicitarie e tematiche
A6	Eventi e incontri	Attivare la relazione diretta con i target e i processi partecipativi con il partenariato e i territori.	• Incontri informativi itineranti sul territorio (con i GAL) • Incontri territoriali della Conferenza regionale 2028-2034 (cfr. § 4.4) • Seminari e workshop tematici; • Contest regionali, nazionali ed europei (cfr. § 6.5) • Comitati di monitoraggio regionale • Webinar e videoconferenze • Partecipazione a eventi nazionali e internazionali (cfr. § 6.6)	A5 – Eventi e altre iniziative sul territorio
A7	Pubblicazioni e materiali promozionali	Consolidare contenuti e risultati in prodotti editoriali durevoli e in materiali a supporto degli eventi.	• Guida alle opportunità e pubblicazioni divulgative • Opuscoli e materiali editoriali • Materiali per eventi (roll-up, pannelli, cartelline) • Gadget	A6 – Pubblicazioni e materiali promozionali

Nota – La corrispondenza con il Piano di azione nazionale è funzionale alla lettura comparata e non modifica la codifica regionale. L'Area A2 regionale (materiale grafico e iconografico) accorpa elementi che a livello nazionale ricadono sia nell'attività A2 (logo e immagine coordinata) sia nell'attività A6 (materiali promozionali); l'immagine coordinata e l'uso del logo sono trattati anche al Cap. 5.

6.5 I contest regionali: Angolo di Campo e RuralCiak

L'esperienza della programmazione precedente ha dimostrato che i contest sono tra gli strumenti a più alto rendimento comunicativo del sistema regionale: con investimenti contenuti generano partecipazione attiva, contenuti dal basso, copertura mediatica spontanea e posizionamento reputazionale. Il Piano assume pertanto i due contest di maggior successo come asset strategici permanenti, con edizioni annuali programmate per l'intero periodo di attuazione.

Angolo di Campo: la partecipazione della cittadinanza

Angolo di Campo è il social contest fotografico della Regione Umbria dedicato al paesaggio rurale e alla vita dei campi, giunto alla quinta edizione nel 2023 e consolidato come appuntamento riconosciuto dalla community regionale. Il suo valore strategico opera su tre livelli: attiva la cittadinanza come narratore diretto del territorio (obiettivi OS1 e OS4), trasformando il pubblico da destinatario a produttore di contenuti; genera un patrimonio di immagini autentiche del paesaggio rurale umbro, riutilizzabile nei canali del Piano in sinergia con il database fotografico regionale (Aree A2 e A4); alimenta l'engagement organico dei canali social @umbriagricoltura nei periodi di svolgimento, con effetti misurabili su copertura e interazioni. Con l'ottava edizione 2026 il contest compie un salto di formato strategico, aprendosi strutturalmente ai linguaggi video con la nuova categoria speciale "Instagram Reel Collab": i partecipanti producono brevi video verticali dedicati ai borghi rurali e, tramite richiesta di collaborazione, li fanno co-pubblicare sull'account istituzionale @umbria_agricoltura. Accanto ai reel restano le tre categorie storiche (Paesaggi, Animali, Attività agricole) e le menzioni speciali su borghi, boschi e biodiversità sostenute dal progetto LIFE IMAGINE. Nel triennio 2027-2029 la sezione video viene consolidata e ampliata, con maggiore attenzione agli studenti degli istituti agrari e universitari, in raccordo con la strategia social dell'Area A4 (cfr. § 6.3.1).

RuralCiak: la leadership nazionale nella comunicazione dello sviluppo rurale

RuralCiak è il concorso nazionale ideato dalla Regione Umbria – Autorità di Gestione dello sviluppo rurale, in collaborazione con il MASAF – Rete PAC, che premia le migliori produzioni video delle Autorità di Gestione FEASR delle Regioni e Province autonome italiane. Giunto alla quarta edizione nel 2026, il concorso ha registrato una partecipazione crescente delle Regioni italiane e un costante apprezzamento istituzionale. Il valore strategico di RuralCiak per l'Umbria è di natura reputazionale e sistemica: posiziona la Regione come riferimento nazionale della comunicazione pubblica dei fondi FEASR, ruolo riconosciuto dal partenariato istituzionale (MASAF, Commissione europea, Regioni); genera earned media qualificato in un contesto — il Festival Internazionale del Giornalismo — a visibilità internazionale; costruisce una rete professionale permanente tra i comunicatori pubblici dello sviluppo rurale, di cui l'Umbria è promotrice e capofila; eleva progressivamente la qualità delle produzioni video regionali (Area A3), esposte al confronto competitivo nazionale. La direttrice di sviluppo del concorso nel triennio 2027-2029 è l'evoluzione dal livello nazionale a quello europeo. RuralCiak è oggi il riferimento nazionale per la comunicazione video dei fondi FEASR, con la partecipazione delle Autorità di Gestione delle Regioni e Province autonome; il Piano ne progetta l'apertura progressiva alla dimensione europea, valorizzando il raccordo con la Rete PAC europea e con la rete dei comunicatori dello sviluppo rurale degli Stati membri.

7. Budget previsionale

Le attività di comunicazione sono finanziate principalmente con le risorse di Assistenza tecnica del CSR Umbria 2023-2027 e attuate in parte con risorse interne della Sezione Comunicazione e social media nel settore agricolo e agroalimentare, in parte tramite affidamento a terzi mediante procedura di gara ad evidenza pubblica. Il budget complessivo mostrato in tabella è ripartito per area di attività (A1-A7), in coerenza con l'indicazione nazionale che orienta la quota dedicata alla comunicazione. L'impegno di spesa, distribuito lungo l'intero periodo di programmazione e definito puntualmente negli atti di gara. Data la natura programmatoria e previsionale del presente Piano, le risorse indicate potrebbero variare nella fase di attuazione.

Area	Voce	Importo iva inclusa (€)
A1	Pianificazione, coordinamento e monitoraggio	52.000
A2	Materiale grafico e iconografico	144.000
A3	Video e prodotti multimediali	115.000
A4	Comunicazione web e social	210.000
A5	Campagne pubblicitarie	254.000
A6	Eventi e incontri	458.000
A7	Pubblicazioni e materiali promozionali	122.000
	Totale triennio 2026-2028	1.355.000

8. Monitoraggio e valutazione

Le attività di monitoraggio e valutazione sono indirizzate al potenziamento dell'accountability, attraverso la costruzione di un quadro comune di rilevazione e misurazione sistemica delle azioni di comunicazione, che consenta di analizzare punti di forza e debolezza e di introdurre interventi migliorativi in itinere. La rilevazione è effettuata almeno una volta l'anno, anche in occasione delle riunioni del Comitato di Monitoraggio regionale. La valutazione di efficacia è affidata a un valutatore indipendente nell'ambito del Piano di valutazione del CSR, che può fornire suggerimenti sui correttivi da apportare. La valutazione si articola in due ambiti: l'analisi di coerenza tra obiettivi e strategia (la "tenuta" dell'impianto programmatorio nel tempo, anche in relazione alla governance multilivello) e l'analisi del processo attuativo e dei feedback sulla qualità dell'informazione (capillarità della distribuzione, copertura dei target, riconoscibilità del brand, comprensione del messaggio, percezione di qualità e utilità). Il set di indicatori, in coerenza con le Linee guida nazionali (Allegato D al PCG) e con le rilevazioni statistiche europee, distingue indicatori di prodotto (output) e indicatori di risultato e costituisce un insieme minimo, implementabile e modificabile al mutare delle esigenze conoscitive.

8.1 Indicatori di prodotto (output)

Prodotto/Attività	Descrizione indicatore	Tipo dato	Fonte / strumento	Frequenza
Logo e immagine coordinata	Creazione logo/immagine coordinata CSR	Si/No	Redazione / file di monitoraggio	Una tantum
Sito web	Creazione; utenti unici; sessioni; visualizzazioni di pagina	Si/No; numerico	Web analytics	Mensile / semestrale
Social network	N. post pubblicati; follower; copertura; engagement	Numerico	Redazione; insight piattaforme	Mensile / semestrale
Pubblicazioni	N. pubblicazioni; n. per tema	Numerico; descrittivo	Redazione / file di monitoraggio	Semestrale
Eventi CSR	N. eventi; tipo; tema; n. partecipanti	Numerico; descrittivo	Redazione / registro partecipanti	Semestrale
Video e prodotti multimediali	N. video/prodotti; n. per tema; visualizzazioni	Numerico	Redazione; web analytics	Semestrale
Buone pratiche e casi studio	N. raccolti e diffusi; n. per tema	Numerico	Redazione / file di monitoraggio	Semestrale
Media relations	N. articoli/news pubblicati	Numerico	Rassegna stampa	Semestrale
Campagne pubblicitarie	N. campagne; canali raggiunti (TV, radio, testate, digital)	Numerico; descrittivo	Report di campagna	Periodica

8.2 Indicatori di risultato

Macrocategoria	Descrizione indicatore	Metodo di rilevazione	Frequenza
Livello di interazione con i contenuti digitali del CSR	Utilizzo dei canali (sito, account istituzionali, social): frequenza, tipo di informazioni ricercate, finalità d'uso	Survey grande pubblico; rilevazioni ad hoc	Annuale
Efficacia del sito web	Giudizio su aggiornamenti, usabilità da più device, chiarezza, accesso alla normativa, download modulistica, qualità informazioni	Survey; rilevazioni ad hoc	Annuale
Efficacia dei canali social	Giudizio su immediatezza, attendibilità, utilità, aggiornamento, interazione	Survey; rilevazioni ad hoc	Annuale
Efficacia delle pubblicazioni	Giudizio su immediatezza, utilità e completezza dei contenuti	Survey; rilevazioni ad hoc	Annuale
Efficacia degli eventi (organizzazione)	Profilazione e fidelizzazione dei partecipanti; livello di partecipazione; qualità organizzativa	Rilevazioni ad hoc; registro partecipanti	Annuale
Efficacia degli eventi (contenuti)	Giudizio su chiarezza dei relatori, interesse, suggerimenti	Survey; rilevazioni ad hoc	Annuale
Efficacia dei prodotti multimediali	Riconoscimento del brand e dei contenuti del messaggio	Rilevazioni ad hoc	Periodica

Nota metodologica – Il quadro costituisce il riferimento generale delle attività di monitoraggio. L'articolazione dei contenuti, la definizione degli indicatori e i metodi di misurazione possono variare in fase di esecuzione, nel rispetto dell'insieme minimo definito a livello nazionale.

Riferimenti normativi e fonti

- Regolamento (UE) n. 2021/2115 (Piani strategici della PAC) – in particolare artt. 106, 123 par. 2 lett. k) e 126 parr. 3-4.
- Regolamento di esecuzione (UE) n. 2022/129 – requisiti di informazione, pubblicità e visibilità (artt. 5-6, allegati II-III).
- Regolamento (UE) 1060/2021 – art. 48 (organismo responsabile della comunicazione).
- Comunicazione COM(2025) 75 final del 19 febbraio 2025 "Una visione per l'agricoltura e l'alimentazione" (Commissione europea).
- Proposte di Regolamento COM(2025) 565 final, COM(2025) 560 final e COM(2025) 571 del 16 luglio 2025 (Fondo unico, PAC 2028-2034 e Quadro finanziario pluriennale).
- Regolamento delegato (UE) n. 240/2014 — Codice europeo di condotta sul partenariato.
- Eurobarometro 2022 – Europeans, agriculture and the CAP (Commissione europea).
- Piano Strategico nazionale della PAC 2023-2027 – Decisione di esecuzione UE C(2022) 8645 del 2/12/2022.
- Piano di Comunicazione Generale del PSP (MASAF) e Linee guida di comunicazione (Allegato D).
- Decreto-legge 24 febbraio 2023, n. 13, art. 54 (istituzione dell'Autorità di Gestione nazionale del PSP presso il MASAF).
- DM MASAF n. 0270818 del 16/06/2025 (istituzione CISC); DM MASAF n. 0532383 dell'8/10/2025 (istituzione CCC).
- ISTAT, 7° Censimento generale dell'agricoltura (dati 2020) – elaborazioni "Umbria in cifre", Regione Umbria.
- Programma di Sviluppo Rurale per l'Umbria 2014-2020 – Strategia di informazione e pubblicità (Reg. UE 808/2014 art.13), 18 dicembre 2015
- Complemento di Sviluppo Rurale per l'Umbria 2023-2027 (DGR n. 1393/2022; Tavolo di partenariato DGR n. 817/2022; vers. n. 7, DGR n. 199/2026).
- Piano di Comunicazione del Complemento di Sviluppo Rurale per l'Umbria 2023-2027 (CSR)-Anno 2023
- Manuale d'uso del marchio Complemento di Sviluppo Rurale per l'Umbria 2023-2027 (identità visiva, colori, declinazioni, stringa istituzionale).
- Delibera Giunta Regionale n. 1342 del 19/12/2025 "Approvazione Linee Guida operative per la gestione delle risorse relative alle attività di "Assistenza Tecnica" del Complemento di Sviluppo Rurale per l'Umbria 2023/2027"
- Delibera Giunta Regionale n. 762 dell'08/07/2026 (avvio attività di partenariato PAC 2028-2034 e istituzione del "Tavolo regionale del Partenariato PAC 2028-2034").
- Delibera Giunta Regionale n. 822 del 22/07/2026 (realizzazione della "Conferenza regionale per l'agricoltura e lo sviluppo rurale").