



REGIONE DEL VENETO

giunta regionale

Allegato B al Decreto n. 32 del 04/04/2019 composto di 35 pagine

Servizio di sviluppo e attuazione del piano di comunicazione del PSR Veneto 2014-2020

PIANO ANNUALE DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE 2019



FEASR



REGIONE DEL VENETO



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE: L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI

Servizio di sviluppo e attuazione del
piano di comunicazione del PSR Veneto 2014-2020

PIANO ANNUALE DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE 2019

Novembre 2018

rev Dicembre 2018

rev2 Gennaio 2019



Pomilio Blumm Srl

Palazzo SAI Blumm Via Venezia 4 65121 Pescara - Italia

Tel. 085 4212032 Fax 085 4212092

www.pomilio.com

Indice del documento

1. Premessa e rationale	3
2. Attività ed output per tipologia	4
3. Impatto previsto della spesa	12
4. Pianificazione temporale	21

1. Premessa e rationale

Il presente documento, previsto e disciplinato dal contratto, contiene il dettaglio di individuazione, consistenza e scansione temporale delle attività di esecuzione del Piano di Comunicazione del PSR Veneto 2014-2020 per il periodo residuo coperto dal presente incarico che comprende l'anno 2019 ed i primi 3 mesi del 2020 così come stabilito nel PdC (considerata la brevità del periodo di quest'ultimo anno che non giustifica una pianificazione a sé).

Coerentemente con gli obiettivi e la pianificazione cronologica e funzionale definiti nel Piano pluriennale (PdC), l'attuazione della strategia di comunicazione del Programma, regolata dalla scansione, su base annuale, di 6 macro-fasi che ne esaltino progressivamente le focalizzazioni tematiche e di target, prevede che nel corso del periodo indicato i driver strategici siano rappresentati dall'**attivazione** e dal **consolidamento della conoscenza**. Ciò presuppone che le attività del presente Piano mirino per il 2019 a mobilitare e attivare i target in relazione agli interventi specifici finanziati al fine di coinvolgerli nel processo di produzione stessa delle informazioni, e per il 2020 ad intensificare la conoscenza e fruibilità del Programma, dei suoi risultati e benefici da parte delle componenti più operative del Programma.

Rispondendo ai fabbisogni indicati dalla Strategia di Comunicazione del PSR ed in particolare dal 4°, che evidenzia l'importanza di mantenere l'attenzione sulla **misurabilità** di obiettivi e azioni e sulla diffusione dei **risultati** e dal 5°, che pone enfasi sul dialogo e coinvolgimento dei **portatori di interesse** finalizzato all'incremento dell'efficacia ed efficienza comunicativa, trattandosi di soggetti che hanno il ruolo di mediare le informazioni verso i pubblici destinatari degli interventi, essenziale per la corretta realizzazione delle azioni e l'ottenimento dei risultati, il PdC ha stabilito che la presente programmazione attuativa, proprio in virtù del livello di "maturità" di esecuzione del Piano, sia finalizzata a mobilitare i diversi target alla partecipazione proattiva alle iniziative contribuendo alla produzione di informazioni e divenendo essi stessi cassa di risonanza per l'opinione pubblica e il territorio.

Ciò comporta un impegno particolare nelle attività di media relation e nella comunicazione social, oltre che nell'alimentazione di un costante e puntuale dialogo con i target attraverso i canali digitali e le occasioni di incontro, cui una specifica opportunità di intensificazione sarà data dallo svolgimento delle attività della Conferenza Regionale dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale.

Per la definizione della tipologia e consistenza delle attività da eseguire nel periodo in oggetto, alla luce di quanto avvenuto nel biennio precedente e delle considerazioni emerse negli incontri dedicati alla elaborazione del presente PdA tenutisi il 16 maggio, il 26 giugno, il 9 ottobre, e il 20 dicembre 2018, ci si è attenuti alle indicazioni fornite dal PdC, ferma restando la possibilità di effettuare una più compiuta e puntuale elaborazione di tali scelte solo in fase di esecuzione del piano, sulla base delle esigenze che la sua attuazione solleciterà. In tale ottica, così come concordato sin dall'avvio dell'incarico, il "fine tuning" e l'eventuale ricalibratura delle scelte attuative, sarà effettuata periodicamente in sede di incontri di coordinamento mensile e di pianificazione esecutiva trimestrale.

2. Attività ed output per tipologia

Conformemente alla documentazione di gara ed in un'ottica di continuità con il precedente PdA, anche le attività che saranno eseguite nel corso del 2019-20 sono state individuate per tipologia e raggruppate, per facilità di analisi e verifica, secondo le rispettive "Aree omogenee" di cui all'Allegato B del contratto (che qui integralmente si richiama). La quantificazione effettiva dei relativi output a cadenza periodica (mensile, bimestrale o trimestrale) è stata interamente dimensionata in funzione della durata completa del periodo di esecuzione del presente piano.

Area A.1 Progettazione e pianificazione		
Saranno eseguite tutte le attività annuali di elaborazione programmatica e di pianificazione esecutiva del servizio affidato che costituiranno la base di riferimento per l'attuazione del contratto ed il project management delle rispettive azioni. Il Piano di Comunicazione a valenza pluriennale (PdC) sarà rilasciato a gennaio 2019 (a) con l'aggiornamento dell'analisi per Area/attività/output in grado di evidenziare la valorizzazione delle stesse con l'inserimento di elementi di dettaglio nella premessa di ciascuna scheda allegata, lasciando immutata la descrizione degli output indicati nelle tabelle. Si prevede la realizzazione di un output integrativo per la realizzazione di un'analisi qualitativa sulla coerenza e efficacia finale del piano ovvero sulla sua capacità complessiva di corrispondere agli obiettivi della Strategia di comunicazione e di cogliere quindi i risultati prefissati (c). L'output sarà oggetto di una proposta tecnico-economica.		
1	a	Piano di Comunicazione a valenza pluriennale (PdC)
1	c	<i>Report di Analisi "Quality Assesment del Piano"</i>

Area A.2 Coordinamento e attuazione del Piano di comunicazione		
<p>E' prevista nel corso del periodo l'esecuzione di tutte le attività previste in sede contrattuale volte a garantire il puntuale ed efficace coordinamento del piano attraverso il confronto costante tra Amministrazione e Affidataria e la produzione di adeguata reportistica periodica sullo stato di attuazione del servizio e sulle specifiche attività eseguite nonché sulle conclusioni delle riunioni di project management, per quanto riguarda in particolare la tenuta degli incontri di coordinamento a cadenza mensile e di quelli trimestrali dedicati alla verifica dell'esecuzione del servizio (c). Nello specifico, saranno realizzati 14 incontri mensili di coordinamento con i relativi report (a, b). Un apposito report di sintesi (c) sarà prodotto a supporto di un incontro tecnico con Avepa per le attività di implementazione dei database "Storie di sviluppo rurale" e "Immagini del PSR". Saranno consegnate le residue 40 schede relative ad altrettanti casi selezionati che andranno a completare il database Best Practices "Storie di Sviluppo Rurale" (e), unitamente ai 13 casi/schede relativi ad interviste non realizzate nel 2018. Saranno inoltre prodotte 100 ulteriori immagini a completamento del relativo DB (f) i cui scatti saranno effettuati sul territorio assicurando idonea documentazione fotografica dei casi aziendali selezionati. Le attività di rendicontazione amministrativa periodica e finale delle attività di comunicazione eseguite nel corso del periodo in oggetto, unitamente alla redazione delle relative reportistiche (h, i, l), completeranno lo sviluppo del Piano nell'Area in oggetto. Gli output di questa tipologia di attività sono pertanto i seguenti:</p>		
14	a	Incontri di coordinamento a cadenza mensile
15	b	Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento (RIC)
5	c	Incontri per definire il Report di attività
0,53	e	Database best practices PSR (40 casi previsti per il 2019; 13 casi residuali del 2018)
0,20	f	Database immagini del PSR (100 delle 500 totali previste)
5	h	Report trimestrali di esecuzione del servizio (RES)
2	i	Report annuale delle attività realizzate (RAS)
1	l	Report conclusivo triennale dell'attuazione del piano di comunicazione

Area A.3 Monitoraggio, risultati e impatti del Piano di comunicazione

Trattasi delle attività che assicureranno una costante e puntuale verifica della efficacia della comunicazione del Programma. Si prevede inoltre un'**output integrativo** per la realizzazione di un'indagine specifica sugli strumenti di comunicazione del Piano (ad esempio sito, social, video, etc.) sulla base del fabbisogno registrato nel 2018. L'output sarà oggetto di una proposta tecnico-economica.

Nel corso del periodo in oggetto saranno eseguite tutte le previste attività periodiche di **monitoraggio**, effettuate attraverso la somministrazione degli strumenti a ciò dedicati nonché la redazione delle relative **reportistiche** (a,b,c). Nel corso del primo trimestre sarà completata l'**indagine intermedia** per la valutazione complessiva dei risultati del Piano (f) riguardante, come stabilito nel PdA 2018, le attività di definizione del campione e degli strumenti di indagine, somministrazione, raccolta dei dati, costruzione delle matrici, analisi dei risultati e stesura del report d'indagine. E' prevista inoltre la realizzazione dell'**indagine conclusiva**, da effettuare alla conclusione del triennio di incarico, secondo le scadenze stabilite dall'apposito Quadro armonizzato dell'AdG, ai fini di una verifica complessiva degli effetti del Piano di comunicazione, con particolare riguardo ai diversi pubblici di riferimento (g).

5	b	Relazioni trimestrali di monitoraggio
2	c	Relazione annuale di monitoraggio
1	e	Relazione finale di monitoraggio
0,90	f	Indagine intermedia risultati ed effetti del Piano
1	g	Indagine conclusiva risultati ed effetti del Piano
4	h	<i>Indagine specifica sugli strumenti di comunicazione del Piano</i>

Area A.4 Strategia web e social media		
<p>Anche negli ultimi 15 mesi di attività del Piano saranno assicurate la manutenzione evolutiva e l'implementazione funzionale degli strumenti di comunicazione digitale del piano (sito, canali social, sistemi di mailing)(f) e la gestione continuativa del relativo supporto redazionale (aggiornamento del sito, animazione dei canali social, invio DEM e newsletter, ecc.) (e). Nel periodo saranno realizzate 3 campagne di digital marketing (a) da articolare secondo le esigenze del Piano (Concorso Università e Istituti, Incontro di partenariato, Dialoghi del PSR, etc.) e in particolare a supporto della Conferenza Regionale dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale. Saranno realizzate 7 azioni di posizionamento (b) (SEO, SEM, altre azioni specifiche, quali ad esempio un'area del Sito dedicata ai Focus PSR, un'area "dicono di noi" etc.). Per quanto attiene al progetto di consultazione online dei target (c) si è deciso di destinare tale output alla realizzazione di attività funzionali al piano ad integrazione dell'output b). Per il sistema di mailing mirato (d) del programma è previsto il rilascio di un abbonamento gestionale a piattaforma di riferimento (MailUp, o MailChimp, etc.). L'Applicazione dedicata per smartphone (g), alla luce delle verifiche effettuate, si ritiene un output non più rispondente e funzionale, pertanto viene destinato ad integrare, in termini di corrispondenti risorse, gli output a) e b).</p>		
3*	a	Campagne di digital marketing
7*	b	Azioni di posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca
0*	c	Progetto di consultazione online dei target
1	d	Sistemi di mailing mirato
1,58	e	Supporto continuativo alla pubblicazione (strumenti web regionali) per 15 mensilità su 36 complessivamente previste
1,50	f	Gestione continuativa contenuti e documenti (strumenti web e social Piano) per 15 mensilità su 36 complessivamente previste
0*	g	Applicazione smartphone e device

Area A.5 Campagne pubblicitarie		
<p>Raggruppa le attività tipiche di natura promo-pubblicitaria del Programma che saranno eseguite a cadenza costante lungo l'intero triennio di contratto. Per le campagne pubblicitarie rivolte alla cittadinanza (a) saranno pianificati 2 output a supporto di iniziative specifiche, anche in funzione del completamento di iniziative avviate (Concorsi Università-Istituti, evento giovani, risultati valutazione del PSR, etc). Le campagne relative ai beneficiari (b) saranno utilizzate a supporto ed in funzione di iniziative specifiche (Dialoghi del PSR, PAC post 2020, risultati valutazione del PSR, etc.). L'output (c) sarà invece destinato a supportare l'evento conclusivo della Conferenza Regionale dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale.</p>		
2	a	Campagne pubblicitarie verso la cittadinanza
2	b	Campagne pubblicitarie verso i beneficiari attuali e potenziali
1	c	Campagne pubblicitarie a sostegno delle azioni del Piano

Area A.6 Pubblicazioni e materiali		
<p>Sono le attività pianificate nel corso del periodo per la progettazione e la realizzazione dei materiali editoriali di comunicazione ed informazione del Programma. La pubblicazione output (a) sarà a supporto di eventi/iniziativa rivolte alla cittadinanza (Concorsi ed eventi Università-Istituti, Storie del PSR, evento giovani, Risultati valutazione PSR, etc.). E' prevista la riproduzione dei materiali ordinari a supporto degli eventi/iniziativa previste (cartellina, penna, programma, questionario di gradimento, etc.) (c); un set integrativo in grado di coprire tutte le esigenze delle iniziative proposte per il periodo in oggetto, sarà realizzato utilizzando anche n. 1 output (d). La dotazione dell'output (d) residua sarà destinata a: una pubblicazione dedicata alla Valutazione del PSR, una pubblicazione dedicata alla Conferenza dell'Agricoltura (documento finale), due pubblicazioni da definire in fase d'esecuzione, anche ai fini di una possibile ristampa del Vademecum PSR, mentre n. 1 output è stato convertito, in termini di relative risorse, ad integrazione dell'output c). Di seguito il riepilogo quantitativo degli output della presente Area che si prevede di produrre:</p>		
1	a	Pubblicazione materiale illustrativo per la cittadinanza
2*	c	Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari
4*	d	Pubblicazione a carattere tecnico e divulgativo

Area A.7 Ufficio stampa e pubbliche relazioni

L'attività dell'Ufficio stampa sarà dedicata a sostenere le iniziative e gli eventi previsti nel periodo. Si prevede, inoltre, un **output integrativo** (h) per la realizzazione di un "press tour" dedicato a giornalisti di testate specialistiche a livello nazionale e locale funzionale all'informazione e conoscenza del PSR. L'output sarà oggetto di una proposta tecnico-economica.

Dalle esperienze verificate nel 2018 in merito alla produzione di comunicati (b), si prevede di concentrarne la produzione prevalentemente per la promozione degli eventi (es. Premiazioni PSR dei giovani, evento di partenariato sulla valutazione del PSR, Infoday giovani, Dialoghi 2019, CdS, Conferenza dell'Agricoltura, Press tour, etc.). Per l'evento dedicato ai media (c) si prevede di verificare l'opportunità di utilizzare l'output ad integrazione dell'evento unico 2019 (Press tour; output integrativo). Saranno realizzate le cartelle stampa (d) di informazione e approfondimento di temi/argomenti/risultati diffusi in occasione degli eventi programmati (incontro di partenariato, press tour, Conferenza dell'agricoltura, CdS, etc). Nell'ambito dell'azione di supporto ufficio stampa (e) si ritiene di assicurare il necessario supporto alle iniziative del PdA 2019 con particolare attenzione agli eventi previsti. Le attività di media relation si prevede possano generare un numero di **uscite sui media** (28) in grado di esaurire l'output (f) residuo. Nel periodo interessato saranno assicurate le attività continuative di **monitoraggio stampa** per il rilascio dell'aggiornamento relativo alla rassegna stampa (g), da eseguire trimestralmente.

14	b	Comunicati stampa
0*	c	Evento dedicato ai media
4	d	Cartelle stampa
9	e	Supporto ufficio stampa eventi
28	f	Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali
0,45	g	Rassegna stampa e web annuale per 15 mensilità su 36 complessivamente previste
↑	h	<i>Press tour</i>

Area A.8 Eventi, incontri e seminari

Consiste nella esecuzione delle attività preparatorie, organizzative e di accompagnamento dei periodici momenti pubblici di informazione e confronto con la cittadinanza, i beneficiari, il partenariato tecnico e gli organismi di gestione del Programma (eventi, workshop, incontri tematici e di partenariato, Comitati di Sorveglianza, ecc.).

Nell'ambito dell'output (b) è prevista la realizzazione di un incontro del Comitato di sorveglianza a giugno 2019, con relativo incontro tecnico preliminare con la Commissione europea, nella giornata precedente il CdS, per il quale si prevede l'impiego di entrambi gli output disponibili. A supporto dell'evento conclusivo della Conferenza Regionale dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale (giugno 2019), considerata la particolare rilevanza del congresso, viene prevista l'utilizzazione di n. 1 output (a)-incontro di partenariato integrato da n. 1 output (b) e n. 2 output (c). I residui 2 incontri di partenariato (a) possono essere utilizzati per la realizzazione di un evento dedicato ai giovani coinvolgendo il partenariato e di un evento da realizzare a settembre sulla valutazione intermedia del PSR. Nel corso del 2019 saranno valutate e proposte le iniziative previste dall'output (d) eventi sul territorio, in funzione delle esigenze rilevate dall'AdG, anche rispetto alla nuova PAC 2021-27. Per quanto concerne l'evento annuale dedicato alla cittadinanza (e), in coerenza con le già richiamate indicazioni del PdC esso sarà dedicato prioritariamente ai giovani, a integrazione e completamento delle iniziative e concorsi avviati nel 2018, anche in funzione del loro stato di avanzamento. Questi in sintesi gli eventi che saranno realizzati:

3*	a	Incontro di partenariato
3*	b	Comitati di Sorveglianza
2*	c	Seminari tecnici/workshop
7	d	Eventi sul territorio (beneficiari/potenziati beneficiari)
1,5	e	Evento annuale del Programma rivolto alla cittadinanza

Area A.9 Produzione materiali multimediali e audiovisivi		
<p>Comprende le attività che saranno eseguite nel corso dell'anno per l'ideazione e la realizzazione dei materiali di comunicazione audiovisiva che accompagnano le singole azioni del Piano: dalle animazioni infografiche a supporto della strategia digital e social, agli spot per le campagne e ai video di presentazione degli eventi.</p> <p>Lo sviluppo dei prodotti multimediali nel 2019 sarà connesso all'avanzamento delle altre attività sin qui descritte che ne presuppongono l'utilizzo: nell'ambito dell'output (a) si prevede la realizzazione di due video, di cui uno sul "mondo rurale" (le 5 cose che non si conoscono del mondo rurale); per l'output (b) si prevede la realizzazione di un video dedicato ai risultati della valutazione PSR (rapporto intermedio) con tecniche infografiche animate; per gli output (c) sarà realizzata la produzione della "docuserie", il completamento delle video interviste delle "storie di Sviluppo rurale", un video "Attività-risultati PdC" a supporto del CdS, un video a supporto dell'evento finale della Conferenza Regionale Agricoltura, i video funzionali alle riprese delle interviste ai beneficiari, una dataviz di monitoraggio sui risultati finali del PdC, etc. Viene inoltre previsto un output integrativo (d) che prevede una iniziativa multimediale promozionale del PSR con possibile coinvolgimento di testimonial previa presentazione di una proposta tecnico-economica.</p>		
2	a	Progetto audiovisivo per la cittadinanza
1	b	Progetti audiovisivi per beneficiari
12,5	c	Video relativi a contenuti del PSR
1	d	<i>Iniziativa multimediale promozionale speciale PSR</i>

3. Impatto previsto della spesa

Come nelle precedenti pianificazioni attuative, per facilitare la programmazione amministrativa del Piano e la sua gestione finanziaria, al dettaglio delle attività la cui esecuzione è prevista nel corso del periodo oggetto del presente documento, fa seguito la misurazione analitica del relativo impatto economico.

Tale misurazione è stata effettuata, come di consueto, utilizzando come base di calcolo i parametri (valori unitari ed utile d'impresa al netto dell'Iva) definiti in sede di gara e disciplinati a livello d'incarico (ai sensi dell'art. 6 del contratto Rep. 7523 del 13.04.2017 Allegato C) e tenendo conto degli importi stabiliti dal contratto per ciascuna Area di attività.

Di conseguenza nella programmazione economica finanziaria del periodo finale dell'incarico in corso, che qui segue, sono stati proposti e valorizzati in modo indicativo, nelle Aree di attività nelle quali si genera un possibile saldo finanziario attivo, alcuni **output integrativi** opportunamente evidenziati nelle rispettive tabelle, che saranno oggetto di specifiche proposte tecnico-economiche da parte dell'Agenzia, ai fini della validazione dell'AdG. Di alcuni di essi si è già fornita una prima specifica proposta nel capitolo precedente, anche sulla base di quanto condiviso con l'AdG in sede di incontro per definire il Report di attività (n. 3/2018 del 9 ottobre 2018, n.4/2018 del 20 dicembre 2018), mentre dei restanti ci si è limitati a fornire una generica indicazione che troverà successivamente compiuta definizione, nell'ambito degli incontri periodici di coordinamento delle attività.

Infine la determinazione delle singole cifre è da intendersi, come di consueto, puramente previsionale, dovendo essere, ai sensi del citato dispositivo contrattuale, formalmente verificata e ricalcolata in sede di rendicontazione trimestrale delle attività per poter dare luogo alla conseguente fatturazione.

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale	
A.1	a	Piano di Comunicazione a valenza pluriennale	1-Incontro di avvio contratto e attività	0	0,00	0,00
			2-Redazione e consegna dei piani di attività (PdC)	1	2.269,00	2.556,26
	b	Piano annuale delle Azioni di comunicazione	3-Redazione e consegna dei piani di attività (PdA)	0	3.361,48	0,00
				1	--	5.000,00
	c	<i>Report di Analisi "Quality Assesment del Piano</i>	<i>Analisi di coerenza attuazione PdC rispetto alla Strategia di comunicazione (Output integrativo)¹</i>	1	--	5.000,00
Totale area di attività A.1			2	-	7.556,26	

¹ Il valore indicativo dell'output deve essere definito e confermato previa validazione della relativa proposta tecnico economica da parte dell'AdG.

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale	
A.2	a	Incontro di coordinamento a cadenza mensile	5-Incontro di coordinamento a cadenza mensile	14	402,00	5.628,00
	b	Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento	6-Definizione e stesura del report correlato all'incontro mensile di coordinamento	15	83,33	1.250,00
	c	Incontro per definire il Report di attività per ciascuna annualità	7-Incontro e Redazione piano annuale attività 2019	5	213,00	1.065,00
	e	Database di best practice del PSR Veneto (80 casi)	8-Costruzione database delle best practice	0,53	6.651,87	3.524,00
			9-Organizzazione incontri con Avepa per definizione database best practice			
			10-Costruzione strumenti di supporto per il database best practice (sistema di geolocalizzazione delle best practice sul sito dedicato)			
	f	Database immagini sul PSR Veneto (200)	11-Incontro di definizione con AdG su tagli e soggetti fotografici per la costruzione del Data base immagini PSR	0,2	6.364,10	1.272,82
			12-Realizzazione ed acquisizione scatti per lo sviluppo del data base delle immagini sulle tematiche del PSR			
			13-Realizzazione scatti per lo sviluppo del data base delle immagini sulle Best practice del PSR			
g	Manuale d'uso immagine coordinata	14-Realizzazione del manuale di immagine coordinata	0	2.601,55	0,00	
h	Report trimestrale sullo stato di esecuzione del Piano	15-Report trimestrale di avanzamento	5	511,50	2.557,50	
i	Report annuale delle attività realizzate	16-Incontro e redazione piano annuale delle attività realizzate	2	1.332,58	2.665,16	
l	Report conclusivo triennale dell'attuazione del Piano	17-Previsto nella terza annualità	1	5.608,80	5.608,80	
Totale area di attività A.2			42,73	-	23.571,28	

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale*	
A.3	a	18-Condivisione con la Committenza degli strumenti e set proposti	0	1.138,10	0,00	
		19-Definizione degli strumenti di monitoraggio correlati ai n. 8 set di indicatori utilizzabili				
	b	Relazione trimestrale dati di monitoraggio	20-Definizione delle azioni di monitoraggio relative alle attività periodiche	5	614,62	3.462,15
			21-Raccolta dei dati e delle informazioni e analisi			
			22-Stesura e consegna della relazione trimestrale			
	c	Relazione annuale di monitoraggio	23-Scelta dei set di monitoraggio da utilizzare	2	1.229,24	2.769,72
			24-Raccolta dei dati delle informazioni e analisi			
			25-Stesura e consegna della relazione annuale			
	e	Relazioni finale dati di monitoraggio	26-Prevista nella terza annualità	1	2.171,20	2.446,07
	f	Indagine intermedia risultati ed effetti del Piano	27- Definizione del campione di indagine	0,9	8.687,72	8.808,83
			28-Definizione e scelta degli strumenti di indagine			
			29- Somministrazione			
			30- Raccolta dei dati, costruzione delle matrici, analisi dei risultati			
			31- Stesura del report d'indagine			
	g	Indagine conclusiva risultati ed effetti del Piano	32- Prevista nella terza annualità	1	8.687,72	9.787,59
			33- Definizione del campione di indagine			
			34- Definizione degli strumenti di indagine			
			35- Somministrazione			
			36- Raccolta dei dati, costruzione matrici, analisi dei risultati			
37- Stesura del report di indagine						
h	<i>Indagine sugli strumenti di comunicazione del piano</i>	<i>Indagini mirate sulla ricaduta/gradimento degli strumenti del piano (Output integrativo)²</i>	4		1.800,00	
Totale area di attività A.3			13,09	-	29.074,36	

² Il valore indicativo dell'output deve essere definito e confermato previa validazione della relativa proposta tecnico economica da parte dell'AdG

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale
A.5	a	53-Campagna pubblicitaria tabellare	2	27.223,60	61.340,20
		54-Campagna pubblicitaria di informazione (supporto dell'evento dedicato alla cittadinanza)			
	b	55-Campagna pubblicitaria sistema di promozione bandi	2	12.223,60	27.542,20
		56-Campagna di informazione (supporto ciclo di eventi sul territorio)			
	c	Campagne pubblicitarie a sostegno di azioni del Piano	1	14.595,57	15.635,8
	Totale area di attività A.5			5	-

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale
A.6	a	Pubblicazione/materiale destinato alla cittadinanza	1	5.849,63	5.849,63
	b	Pubblicazione/materiale destinato ai beneficiari/potenziali beneficiari	0	3.224,13	0,00
	c	Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari	2*	3.091,48	6.182,96
	d	Pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo	4*	5.147,72	23.197,69
Totale area di attività A.6			7	-	35.230,28

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale	
A.7	a	Database contatti giornalistici	62-Costruzione e consegna database contatti giornalisti	0	6.223,02	0,00
	b	Comunicati stampa	63-Produzione e diffusione comunicati stampa (ex ante - ex post)	14	165,00	2.602,45
	c*	Evento dedicato ai media	Output non attivato, utilizzato ad integrazione dell'output h)	0*	1.051,55	0,00
	d	Cartella stampa	65-Progettazione e realizzazione delle cartelle stampa (correlati agli eventi)	4	297,00	1.338,40
	e	Supporto ufficio stampa eventi PSR	66-Supporto (media relations; recall; accoglienza; interviste)	9	360,00	3.650,18
	f	Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali	67-Attività di media relations	28	202,00	6.372,05
	g	Servizio rassegna stampa e web	68-Monitoraggio uscite sui media, collezione e confezionamento della rassegna	0,45	10.761,07	5.454,33
	h	Press tour	<i>Iniziativa finalizzata a giornalisti di testate specialistiche a livello nazionale e generaliste a livello locale (Output integrativo)</i>	1*		12.000,00
Totale area di attività A.7			56,45	-	31.417,41	

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale	
A.8	a	Incontri di Partenariato	69-Progettazione, supporto alla gestione e realizzazione di Incontri di Partenariato	3*	4.088,18	8.176,36
	b	Comitati di sorveglianza	70-Progettazione, supporto alla gestione e realizzazione di Comitati di Sorveglianza	3*	3.088,18	9.264,54
	c	Seminari tecnici/workshop (portatori interesse e/o rete interna)	71-Prevista dalla seconda annualità	2*	4.088,18	8.176,36
	d	Eventi sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)	72-Progettazione e realizzazione ciclo incontri beneficiari ³	7	2.230,71	7.807,49
	e	Eventi rivolti alla cittadinanza	73-Progettazione e realizzazione dell'evento annuale	1,5	15.784,24	23.676,36
Totale area di attività A.8			16,5	-	57.101,11	

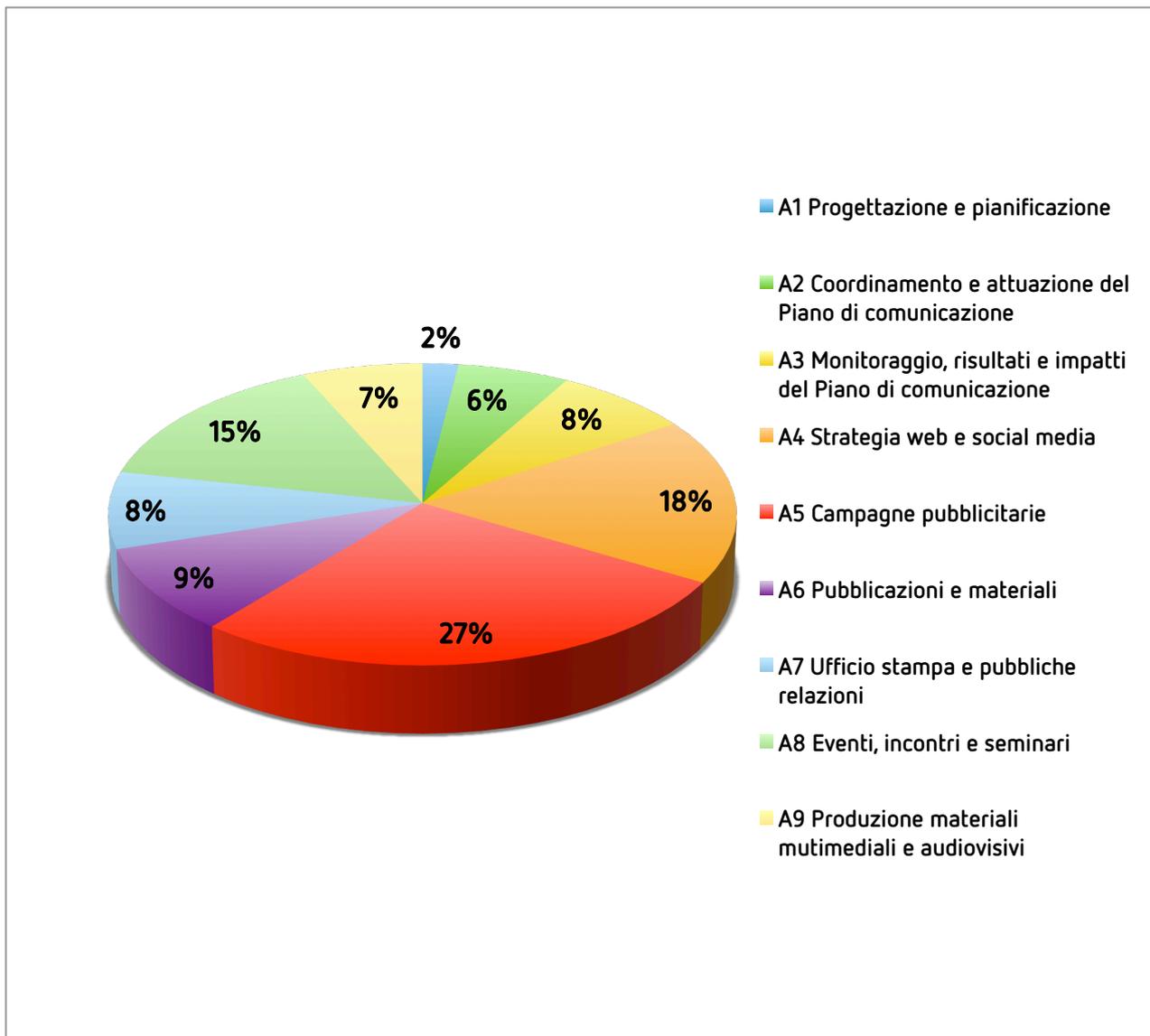
³ Il valore totale dell'output è stato ridotto al fine di non eccedere il limite massimo del valore complessivo dell'Area

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale*	
A.9	a	Progetti audiovisivi (cittadinanza)	74-Definizione, realizzazione video destinati alla cittadinanza	2	1.461,55	3.293,16
	b	Progetti audiovisivi (beneficiari/potenziali beneficiari)	75-Definizione, realizzazione video destinati ai beneficiari	1	1.461,55	1.646,58
	c	Video relativi a contenuti del PSR Veneto 2014-2020	76-Definizione e realizzazione spot 30"	12,50	1.134,62	15.978,29
			77-Definizione e realizzazione di video utili alla valorizzazione del piano e alla diffusione del PSR (es. video dedicati alle misure del PSR 2014-2020, Video Best practice, etc.)			
			78-Definizione e realizzazione del Docufilm (previsto nella seconda annualità)			
		79-Definizione e realizzazione: video descrittivo immagine coordinata PSR 2014-2020				
d	<i>Iniziativa multimediale promozionale speciale</i>	<i>Iniziativa multimediale promozione speciale PSR (Output integrativo)⁴</i>	1		4.500,00	
Totale area di attività A.9			16,5	-	25.418,03	

TOTALE GENERALE ATTIVITA' 2019/2020	174,16	381.535,52
--------------------------------------------	---------------	-------------------

⁴ Il valore indicativo dell'output deve essere definito e confermato previa validazione della relativa proposta tecnico economica da parte dell'AdG

Ripartizione dei costi delle attività di comunicazione 2019



4. Pianificazione temporale

Anche la pianificazione temporale indicativa delle attività previste nel corso dell'ultima fase di esecuzione dell'incarico è stata elaborata come le precedenti, tenendo conto cioè delle rispettive tempistiche di realizzazione, sulla base dei seguenti criteri di priorità:

- termini di consegna vincolanti fissati in sede di gara;
- propedeuticità logica e/o funzionale;
- esigenze del Programma e valutazioni di opportunità condivise nei 5 incontri per definire il Report di attività.

Di seguito si propongono le tabelle riassuntive del cronoprogramma suddiviso per trimestri e a conclusione il cronoprogramma generale del periodo.

Cronoprogrammi

Cronoprogramma Pda 2019-2020			I trimestre		
			Gennaio	Febbraio	Marzo
cod	Aree di attività	Output			
A1	Progettazione e pianificazione	a Piano di comunicazione a valenza pluriennale			
		b Piano annuale delle azioni di comunicazione	COMPLETATO		
		c <i>Report analisi "Quality assessment del Piano"</i>			P
A2	Coordinamento e attuazione del Piano di comunicazione	a Incontro di coordinamento a cadenza mensile			
		b Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento			
		c Incontro per definire il Report di attività per ciascuna annualità			
		e Database di best practice del PSR Veneto	raccolta casi Avepa		
		f Database immagini sul PSR Veneto			
		g Manuale d'uso immagine coordinata del PSR Veneto 2014-2020	COMPLETATO		
		h Report trimestrale sullo stato di esecuzione del servizio	2018		
		i Report annuale delle attività realizzate	15-gen		
		l Report conclusivo triennale dell'attuazione del Piano di comunicazione			
A3	Monitoraggio, risultati e impatti del Piano di comunicazione	a Set di indicatori di monitoraggio	COMPLETATO		
		b Relazione trimestrale dati di monitoraggio	2018		
		c Relazione annuale di monitoraggio	15-gen		
		e Relazione finale dati monitoraggio			
		f Indagine intermedia risultati ed effetti del Piano	rilevazione		rilascio
		g Indagine conclusiva risultati ed effetti del Piano			
		h <i>Indagini specifiche sugli strumenti del piano</i>			
		a	Campagne di digital marketing		

Cronoprogramma Pda 2019-2020			I trimestre			
			Gennaio	Febbraio	Marzo	
		f	Gestione contenuti e documenti (strumenti web Piano Comunicazione)			
		g	Applicazione smartphone e device	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) e b)		
A5	Campagne pubblicitarie (2)	a	Campagne pubblicitarie verso la cittadinanza			
		b	Campagne pubblicitarie verso i beneficiari e i potenziali beneficiari			
		c	Campagne pubblicitarie a sostegno di azioni del Piano di Comunicazione			
A6	Pubblicazioni e materiali	a	Pubblicazione/materiale destinato alla cittadinanza			
		b	Pubblicazione/materiale destinato ai beneficiari/potenziali beneficiari - 1 output d)	COMPLETATO		
		c	Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari - 1+1 output d)			
		d	Pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo			
A7	Ufficio stampa e pubbliche relazioni	a	Database contatti giornalistici	COMPLETATO		
		b	Comunicati stampa			
		c	Evento dedicato ai media	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT h)		
		d	Cartella stampa			
		e	Supporto ufficio stampa eventi PSR			
		f	Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali			
		g	Servizio rassegna stampa e web			
		h	<i>press tour</i>			
A8	Eventi, incontri e seminari	a	Incontri di Partenariato			
		b	Comitati di sorveglianza			
		c	Seminari tecnici/workshop (portatori interesse e/o rete interna)	OUTPUT NON ATTIVATI n. 2 UTILIZZATI AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) CONFERENZA AGRICOLTURA		
		d	Eventi sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)			
		e	Eventi rivolti alla cittadinanza			
A9	Produzione materiali multimediali e audiovisivi	a	Progetti audiovisivi (cittadinanza)			
		b	Progetti audiovisivi (beneficiari/potenziali beneficiari)			
		c	Video relativi a contenuti del PSR Veneto 2014-2020			
		d	<i>Iniziativa multimediale promozionale speciale</i>			

Cronoprogramma Pda 2019-2020			Il trimestre		
			Aprile	Maggio	Giugno
cod .	Are di attività	Output			
A1	Progettazione e pianificazione	a Piano di comunicazione a valenza pluriennale			
		b Piano annuale delle azioni di comunicazione	COMPLETATO		
		c <i>Report analisi "Quality assestment del Piano"</i>			
A2	Coordinamento e attuazione del Piano di comunicazione	a Incontro di coordinamento a cadenza mensile			
		b Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento			
		c Incontro per definire il Report di attività per ciascuna annualità			
		e Database di best practice del PSR Veneto	Interviste		
		f Database immagini sul PSR Veneto			
		g Manuale d'uso immagine coordinata del PSR Veneto 2014-2020	COMPLETATO		
		h Report trimestrale sullo stato di esecuzione del servizio	15-apr		
		i Report annuale delle attività realizzate			
		l Report conclusivo triennale dell'attuazione del Piano di comunicazione			
A3	Monitoraggio, risultati e impatti del Piano di comunicazione	a Set di indicatori di monitoraggio	COMPLETATO		
		b Relazione trimestrale dati di monitoraggio	15-apr		
		c Relazione annuale di monitoraggio			
		e Relazione finale dati monitoraggio			
		f Indagine intermedia risultati ed effetti del Piano			
		g Indagine conclusiva risultati ed effetti del Piano			
		h <i>Indagini specifiche sugli strumenti del piano</i>		P	
		A4	Strategia web e social media	a Campagne di digital marketing	
b Azione posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca					
c Progetto di consultazione online dei target sui temi dello sviluppo rurale	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT B				
d Sistemi di mailing mirato					
e Supporto alla pubblicazione (strumenti web regionali)					
f Gestione contenuti e documenti (strumenti web Piano Comunicazione)					
g Applicazione smartphone e device	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) e b)				

Cronoprogramma Pda 2019-2020			Il trimestre		
			Aprile	Maggio	Giugno
A5	Campagne pubblicitarie (2)	a Campagne pubblicitarie verso la cittadinanza			
		b Campagne pubblicitarie verso i beneficiari e i potenziali beneficiari			
		c Campagne pubblicitarie a sostegno di azioni del Piano di Comunicazione			
A6	Pubblicazioni e materiali	a Pubblicazione/materiale destinato alla cittadinanza			
		b Pubblicazione/materiale destinato ai beneficiari/potenziali beneficiari - 1 output d)	COMPLETATO		
		c Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari - 1+1 output d)			
		d Pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo			
A7	Ufficio stampa e pubbliche relazioni	a Database contatti giornalistici	COMPLETATO		
		b Comunicati stampa			
		c Evento dedicato ai media	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT h)		
		d Cartella stampa		n.1	n.2
		e Supporto ufficio stampa eventi PSR			
		f Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali			
		g Servizio rassegna stampa e web			
		h <i>press tour</i>	P		
A8	Eventi, incontri e seminari	a Incontri di Partenariato			
		b Comitati di sorveglianza			
		c Seminari tecnici/workshop (portatori interesse e/o rete interna)	OUTPUT NON ATTIVATI n. 2 UTILIZZATI AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) CONFERENZA AGRICOLTURA		
		d Eventi sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)			
		e Eventi rivolti alla cittadinanza			
A9	Produzione materiali multimediali e audiovisivi	a Progetti audiovisivi (cittadinanza)			
		b Progetti audiovisivi (beneficiari/potenziali beneficiari)			
		c Video relativi a contenuti del PSR Veneto 2014-2020			
		d <i>Iniziativa multimediale promozionale speciale</i>			P

Cronoprogramma Pda 2019-2020			Il trimestre		
			Aprile	Maggio	Giugno
cod .	Are di attività	Output			
A1	Progettazione e pianificazione	a Piano di comunicazione a valenza pluriennale			
		b Piano annuale delle azioni di comunicazione	COMPLETATO		
		c <i>Report analisi "Quality assessment del Piano"</i>			
A2	Coordinamento e attuazione del Piano di comunicazione	a Incontro di coordinamento a cadenza mensile			
		b Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento			
		c Incontro per definire il Report di attività per ciascuna annualità			
		e Database di best practice del PSR Veneto	Interviste		
		f Database immagini sul PSR Veneto			
		g Manuale d'uso immagine coordinata del PSR Veneto 2014-2020	COMPLETATO		
		h Report trimestrale sullo stato di esecuzione del servizio	15-apr		
		i Report annuale delle attività realizzate			
		l Report conclusivo triennale dell'attuazione del Piano di comunicazione			
A3	Monitoraggio, risultati e impatti del Piano di comunicazione	a Set di indicatori di monitoraggio	COMPLETATO		
		b Relazione trimestrale dati di monitoraggio	15-apr		
		c Relazione annuale di monitoraggio			
		e Relazione finale dati monitoraggio			
		f Indagine intermedia risultati ed effetti del Piano			
		g Indagine conclusiva risultati ed effetti del Piano			
		h <i>Indagini specifiche sugli strumenti del piano</i>		P	
		A4	Strategia web e social media	a Campagne di digital marketing	
b Azione posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca					
c Progetto di consultazione online dei target sui temi dello sviluppo rurale	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT B				
d Sistemi di mailing mirato					
e Supporto alla pubblicazione (strumenti web regionali)					
f Gestione contenuti e documenti (strumenti web Piano Comunicazione)					
g Applicazione smartphone e device	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) e b)				

Cronoprogramma Pda 2019-2020			Il trimestre			
			Aprile	Maggio	Giugno	
A5	Campagne pubblicitarie (2)	a	Campagne pubblicitarie verso la cittadinanza			
		b	Campagne pubblicitarie verso i beneficiari e i potenziali beneficiari			
		c	Campagne pubblicitarie a sostegno di azioni del Piano di Comunicazione			
A6	Pubblicazioni e materiali	a	Pubblicazione/materiale destinato alla cittadinanza			
		b	Pubblicazione/materiale destinato ai beneficiari/potenziali beneficiari - 1 output d)	COMPLETATO		
		c	Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari - 1+1 output d)			
		d	Pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo			
A7	Ufficio stampa e pubbliche relazioni	a	Database contatti giornalistici	COMPLETATO		
		b	Comunicati stampa			
		c	Evento dedicato ai media	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT h)		
		d	Cartella stampa		n.1	n.2
		e	Supporto ufficio stampa eventi PSR			
		f	Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali			
		g	Servizio rassegna stampa e web			
		h	<i>press tour</i>	P		
A8	Eventi, incontri e seminari	a	Incontri di Partenariato			
		b	Comitati di sorveglianza			
		c	Seminari tecnici/workshop (portatori interesse e/o rete interna)	OUTPUT NON ATTIVATI n. 2 UTILIZZATI AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) CONFERENZA AGRICOLTURA		
		d	Eventi sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)			
		e	Eventi rivolti alla cittadinanza			
A9	Produzione materiali multimediali e audiovisivi	a	Progetti audiovisuali (cittadinanza)			
		b	Progetti audiovisuali (beneficiari/potenziali beneficiari)			
		c	Video relativi a contenuti del PSR Veneto 2014-2020			
		d	<i>Iniziativa multimediale promozionale speciale</i>			P

Cronoprogramma Pda 2019-2020			III trimestre			
			Luglio	Agosto	Settembre	
cod.	Aree di attività	Output				
A1	Progettazione e pianificazione	a	Piano di comunicazione a valenza pluriennale			
		b	Piano annuale delle azioni di comunicazione	COMPLETATO		
		c	<i>Report analisi "Quality assessment del Piano"</i>			
A2	Coordinamento e attuazione del Piano di comunicazione	a	Incontro di coordinamento a cadenza mensile			
		b	Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento			
		c	Incontro per definire il Report di attività per ciascuna annualità			
		e	Database di best practice del PSR Veneto			
		f	Database immagini sul PSR Veneto			
		g	Manuale d'uso immagine coordinata del PSR Veneto 2014-2020	COMPLETATO		
		h	Report trimestrale sullo stato di esecuzione del servizio	15-lug		
		i	Report annuale delle attività realizzate			
		l	Report conclusivo triennale dell'attuazione del Piano di comunicazione			
A3	Monitoraggio, risultati e impatti del Piano di comunicazione	a	Set di indicatori di monitoraggio	COMPLETATO		
		b	Relazione trimestrale dati di monitoraggio	15-lug		
		c	Relazione annuale di monitoraggio			
		e	Relazione finale dati monitoraggio			
		f	Indagine intermedia risultati ed effetti del Piano			
		g	Indagine conclusiva risultati ed effetti del Piano			
		h	<i>Indagini specifiche sugli strumenti del piano</i>			
A4	Strategia web e social media	a	Campagne di digital marketing			
		b	Azione posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca	n. 1 specifica su sito web nel II semestre		
		c	Progetto di consultazione online dei target sui temi dello sviluppo rurale	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT B)		
		d	Sistemi di mailing mirato			
		e	Supporto alla pubblicazione (strumenti web regionali)			
		f	Gestione contenuti e documenti (strumenti web Piano Comunicazione)			
		g	Applicazione smartphone e device	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) e b)		
A5	Campagne	a	Campagne pubblicitarie verso la cittadinanza			

Cronoprogramma Pda 2019-2020				III trimestre		
				Luglio	Agosto	Settembre
	pubblicitarie (2)	b	Campagne pubblicitarie verso i beneficiari e i potenziali beneficiari			
		c	Campagne pubblicitarie a sostegno di azioni del Piano di Comunicazione			
A6	Pubblicazioni e materiali	a	Pubblicazione/materiale destinato alla cittadinanza			
		b	Pubblicazione/materiale destinato ai beneficiari/potenziali beneficiari - 1 output d)	COMPLETATO		
		c	Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari - 1+1 output d)			
		d	Pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo			
A7	Ufficio stampa e pubbliche relazioni	a	Database contatti giornalistici	COMPLETATO		
		b	Comunicati stampa			
		c	Evento dedicato ai media	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT h)		
		d	Cartella stampa			n.1
		e	Supporto ufficio stampa eventi PSR			
		f	Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali			
		g	Servizio rassegna stampa e web			
		h	<i>press tour</i>			
A8	Eventi, incontri e seminari	a	Incontri di Partenariato			
		b	Comitati di sorveglianza			
		c	Seminari tecnici/workshop (portatori interesse e/o rete interna)	OUTPUT NON ATTIVATI n. 2 UTILIZZATI AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) CONFERENZA AGRICOLTURA		
		d	Eventi sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)			
		e	Eventi rivolti alla cittadinanza			
A9	Produzione materiali multimediali e audiovisivi	a	Progetti audiovisuali (cittadinanza)			
		b	Progetti audiovisuali (beneficiari/potenziali beneficiari)			
		c	Video relativi a contenuti del PSR Veneto 2014-2020			
		d	<i>Iniziativa multimediale promozionale speciale</i>			

Cronoprogramma Pda 2019-2020			IV trimestre		
			Ottobre	Novembre	Dicembre
cod.	Aree di attività	Output			
A1	Progettazione e pianificazione	a Piano di comunicazione a valenza pluriennale			
		b Piano annuale delle azioni di comunicazione	COMPLETATO		
		c <i>Report analisi "Quality assessment del Piano"</i>			
A2	Coordinamento e attuazione del Piano di comunicazione	a Incontro di coordinamento a cadenza mensile			
		b Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento			
		c Incontro per definire il Report di attività per ciascuna annualità			
		e Database di best practice del PSR Veneto			
		f Database immagini sul PSR Veneto			
		g Manuale d'uso immagine coordinata del PSR Veneto 2014-2020	COMPLETATO		
		h Report trimestrale sullo stato di esecuzione del servizio	15-ott		PROPOSTA 31/12
		i Report annuale delle attività realizzate			
		l Report conclusivo triennale dell'attuazione del Piano di comunicazione			
A3	Monitoraggio, risultati e impatti del Piano di comunicazione	a Set di indicatori di monitoraggio	COMPLETATO		
		b Relazione trimestrale dati di monitoraggio	15-ott		
		c Relazione annuale di monitoraggio			
		e Relazione finale dati monitoraggio			
		f Indagine intermedia risultati ed effetti del Piano			
		g Indagine conclusiva risultati ed effetti del Piano			
		h <i>Indagini specifiche sugli strumenti del piano</i>			
		A4	Strategia web e social media	a Campagne di digital marketing	
b Azione posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca					n. 1 SEO
c Progetto di consultazione online dei target sui temi dello sviluppo rurale	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT B)				
d Sistemi di mailing mirato					
e Supporto alla pubblicazione (strumenti web regionali)					
f Gestione contenuti e documenti (strumenti web Piano Comunicazione)					
g Applicazione smartphone e device	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) e b)				

Cronoprogramma Pda 2019-2020			IV trimestre			
			Ottobre	Novembre	Dicembre	
A5	Campagne pubblicitarie (2)	a	Campagne pubblicitarie verso la cittadinanza			
		b	Campagne pubblicitarie verso i beneficiari e i potenziali beneficiari			
		c	Campagne pubblicitarie a sostegno di azioni del Piano di Comunicazione			
A6	Pubblicazioni e materiali	a	Pubblicazione/materiale destinato alla cittadinanza			
		b	Pubblicazione/materiale destinato ai beneficiari/potenziali beneficiari - 1 output d)	COMPLETATO		
		c	Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari - 1+1 output d)			
		d	Pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo			
A7	Ufficio stampa e pubbliche relazioni	a	Database contatti giornalistici	COMPLETATO		
		b	Comunicati stampa			
		c	Evento dedicato ai media	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT h)		
		d	Cartella stampa			
		e	Supporto ufficio stampa eventi PSR			
		f	Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali			
		g	Servizio rassegna stampa e web			
		h	<i>press tour</i>			
A8	Eventi, incontri e seminari	a	Incontri di Partenariato			
		b	Comitati di sorveglianza			
		c	Seminari tecnici/workshop (portatori interesse e/o rete interna)	OUTPUT NON ATTIVATI n. 2 UTILIZZATI AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) CONFERENZA AGRICOLTURA		
		d	Eventi sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)			
		e	Eventi rivolti alla cittadinanza			
A9	Produzione materiali multimediali e audiovisivi	a	Progetti audiovisivi (cittadinanza)			
		b	Progetti audiovisivi (beneficiari/potenziali beneficiari)			
		c	Video relativi a contenuti del PSR Veneto 2014-2020			
		d	<i>Iniziativa multimediale promozionale speciale</i>			

Cronoprogramma Pda 2019-2020			Gennaio 2020-Giugno 2020					
			Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
cod.	Aree di attività	Output						
A1	Progettazione e pianificazione	a Piano di comunicazione a valenza pluriennale						
		b Piano annuale delle azioni di comunicazione	COMPLETATO					
		c <i>Report analisi "Quality assestment del Piano"</i>						
A2	Coordinamento e attuazione del Piano di comunicazione	a Incontro di coordinamento a cadenza mensile						
		b Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento						
		c Incontro per definire il Report di attività per ciascuna annualità						
		e Database di best practice del PSR Veneto						
		f Database immagini sul PSR Veneto						
		g Manuale d'uso immagine coordinata del PSR Veneto 2014-2020	COMPLETATO					
		h Report trimestrale sullo stato di esecuzione del servizio	15-gen			15-apr		
		i Report annuale delle attività realizzate	15-gen					
		l Report conclusivo triennale dell'attuazione del Piano di comunicazione						11-giu
A3	Monitoraggio, risultati e impatti del Piano di comunicazione	a Set di indicatori di monitoraggio	COMPLETATO					
		b Relazione trimestrale dati di monitoraggio	15-gen			15-apr		
		c Relazione annuale di monitoraggio	15-gen					
		e Relazione finale dati monitoraggio						11-giu
		f Indagine intermedia risultati ed effetti del Piano						
		g Indagine conclusiva risultati ed effetti del Piano		preparazione		rilevazione		11-giu
		h <i>Indagini specifiche sugli strumenti del piano</i>						
		A4	Strategia web e social media	a Campagne di digital marketing				
b Azione posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca								
c Progetto di consultazione online dei target sui temi dello sviluppo rurale	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT B)							
d Sistemi di mailing mirato								
e Supporto alla pubblicazione (strumenti web regionali)								
f Gestione contenuti e documenti (strumenti web Piano Comunicazione)								
g Applicazione smartphone e device	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) e b)							
A5	Campagne	a Campagne pubblicitarie verso la cittadinanza						

Cronoprogramma Pda 2019-2020				Gennaio 2020-Giugno 2020					
				Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
	pubbлицarіe (2)	b	Campagne pubblicitarie verso i beneficiari e i potenziali beneficiari						
		c	Campagne pubblicitarie a sostegno di azioni del Piano di Comunicazione						
A6	Pubblicazioni e materiali	a	Pubblicazione/materiale destinato alla cittadinanza						
		b	Pubblicazione/materiale destinato ai beneficiari/potenziali beneficiari - 1 output d)	COMPLETATO					
		c	Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari - 1+1 output d)						
		d	Pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo						
A7	Ufficio stampa e pubbliche relazioni	a	Database contatti giornalistici	COMPLETATO					
		b	Comunicati stampa						
		c	Evento dedicato ai media	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT h)					
		d	Cartella stampa						
		e	Supporto ufficio stampa eventi PSR						
		f	Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali						
		g	Servizio rassegna stampa e web						
		h	<i>press tour</i>						
A8	Eventi, incontri e seminari	a	Incontri di Partenariato						
		b	Comitati di sorveglianza						
		c	Seminari tecnici/workshop (portatori interesse e/o rete interna)	OUTPUT NON ATTIVATI n. 2 UTILIZZATI AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) CONFERENZA AGRICOLTURA					
		d	Eventi sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)						
		e	Eventi rivolti alla cittadinanza						
A9	Produzione materiali multimediali e audiovisivi	a	Progetti audiovisivi (cittadinanza)						
		b	Progetti audiovisivi (beneficiari/potenziali beneficiari)						
		c	Video relativi a contenuti del PSR Veneto 2014-2020						
		d	<i>Iniziativa multimediale promozionale speciale</i>						



Cronoprogramma Pda 2019-2020				III annualità 2019-2020																				
				Gennai	Febbrai	Marzo	Aprile	Maggi	Giugn	Luglio	Agost	Settemb	Ottobr	Novemb	Dicembre	Gennai	Febbrai	Marz	Aprile	Maggi	Giugno			
cod	Aree di attività	Output	Q.tà																					
A1	Progettazione e pianificazione	a Piano di comunicazione a valenza pluriennale	1																					
		b Piano annuale delle azioni di comunicazione	0	COMPLETATO																				
		c Report analisi "Quality assessment del Piano"	1			P																		
A2	Coordinamento e attuazione del Piano di comunicazione	a Incontro di coordinamento a cadenza mensile	14																					
		b Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento	15																					
		c Incontro per definire il Report di attività per ciascuna annualità	5																					
		e Database di best practice del PSR Veneto	0,53		raccolta casi Avepa		Interviste																	
		f Database immagini sul PSR Veneto	0,2																					
		g Manuale d'uso immagine coordinata del PSR Veneto 2014-2020	0	COMPLETATO																				
		h Report trimestrale sullo stato di esecuzione del servizio	5	2018				15-apr				15-lug				15-ott		PROPOSTA 31/12		15-gen			15-apr	
		i Report annuale delle attività realizzate	2		15-gen															15-gen				
		l Report conclusivo triennale dell'attuazione del Piano di comunicazione	1																				11-giu	
A3	Monitoraggio, risultati e impatti del Piano di comunicazione	a Set di indicatori di monitoraggio	0	COMPLETATO																				
		b Relazione trimestrale dati di monitoraggio	5	2018				15-apr				15-lug				15-ott				15-gen			15-apr	
		c Relazione annuale di monitoraggio	2		15-gen															15-gen				
		e Relazione finale dati monitoraggio	1																				11-giu	
		f Indagine intermedia risultati ed effetti del Piano	0,9		rilevazione		rilascio																	
		g Indagine conclusiva risultati ed effetti del Piano	1																	preparazione			rilevazione	11-giu
		h Indagini specifiche sugli strumenti del piano	4							P														
		A4	Strategia web e social media	a Campagne di digital marketing	3*																			
b Azione posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca	7*				n. 1 SEM entro il I semestre 2019						n. 1 specifica su sito web nel II semestre						n. 1 SEO							
c Progetto di consultazione online dei target sui temi dello sviluppo rurale	0*			OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT B)																				
d Sistemi di mailing mirato	1																							
e Supporto alla pubblicazione (strumenti web regionali)	1,58																							
f Gestione contenuti e documenti (strumenti web Piano Comunicazione)	1,5																							



Cronoprogramma Pda 2019-2020				III annualità 2019-2020																				
				Gennai o	Febbrai o	Marzo	Aprile	Maggi o	Giugn o	Luglio	Agost o	Settemb re	Ottobr e	Novemb re	Dicembre	Gennai o	Febbrai o	Marz o	Aprile	Maggi o	Giugno			
		g	Applicazione smartphone e device	0*	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) e b)																			
A5	Campagne pubblicitarie (2)	a	Campagne pubblicitarie verso la cittadinanza	2																				
		b	Campagne pubblicitarie verso i beneficiari e i potenziali beneficiari	2																				
		c	Campagne pubblicitarie a sostegno di azioni del Piano di Comunicazione	1																				
A6	Pubblicazioni e materiali	a	Pubblicazione/materiale destinato alla cittadinanza	1																				
		b	Pubblicazione/materiale destinato ai beneficiari/potenziali beneficiari - 1 output d)	0	COMPLETATO																			
		c	Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari - 1+1 output d)	2*																				
		d	Pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo	4*																				
A7	Ufficio stampa e pubbliche relazioni	a	Database contatti giornalistici	0	COMPLETATO																			
		b	Comunicati stampa	14																				
		c	Evento dedicato ai media	0*	OUTPUT NON ATTIVATO UTILIZZATO AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT h)																			
		d	Cartella stampa	4					n.1	n.2			n.1											
		e	Supporto ufficio stampa eventi PSR	9																				
		f	Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali	28																				
		g	Servizio rassegna stampa e web	0,45																				
		h	<i>press tour</i>	1*					P															
A8	Eventi, incontri e seminari	a	Incontri di Partenariato	3*																				
		b	Comitati di sorveglianza	3*																				
		c	Seminari tecnici/workshop (portatori interesse e/o rete interna)	2*	OUTPUT NON ATTIVATI n. 2 UTILIZZATI AD INTEGRAZIONE DI OUTPUT a) CONFERENZA AGRICOLTURA																			
		d	Eventi sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)	7																				
		e	Eventi rivolti alla cittadinanza	1,5																				
A9	Produzione materiali multimediali e audiovisivi	a	Progetti audiovisuali (cittadinanza)	2																				
		b	Progetti audiovisuali (beneficiari/potenziali beneficiari)	1																				
		c	Video relativi a contenuti del PSR Veneto 2014-2020	12,5																				
		d	<i>Iniziativa multimediale promozionale speciale</i>	1							P													
TOTALE				174,16																				