



REGIONE DEL VENETO

giunta regionale

Allegato B al Decreto n. 58 del 31 luglio 2017

pag. 1/18



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 2017

Rev. 2 - Giugno 2017



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	8
4. Pianificazione temporale	14

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 l'anno 2017. Coerentemente con gli obiettivi e la pianificazione cronologica e funzionale definita in sede di gara, successivamente declinati nel Piano a valenza pluriennale (PdC), l'attuazione della strategia di comunicazione del Programma, in questa fase di attività iniziale sarà prioritariamente focalizzata sul suo adeguato ed esaustivo start-up, sinteticamente riassumibile nelle seguenti azioni:

- sviluppo e declinazione delle scelte creative;
- realizzazione degli strumenti (materiali, piattaforme digitali, database immagini e progetti, ecc.);
- avvio e messa a regime delle web, social e media relations;
- pianificazione delle prime campagne pubblicitarie;
- svolgimento dei primi eventi e incontri pubblici;
- project management e monitoraggio del Piano.

In linea con le decisioni assunte nel corso del primo incontro di coordinamento, tenutosi presso la sede dell'Autorità di Gestione del Programma il 28 aprile 2017, tali azioni iniziali, proprio per la loro funzione propedeutica al dispiego dell'intero piano e considerata la relativa flessibilità realizzativa, saranno eseguite nel corso della restante parte dell'anno 2017, pur essendo originariamente pianificate su un arco temporale di 12 mesi, ad esclusione di quelle la cui natura implica una distribuzione temporale che non è opportuno alterare, come la produzione di strumenti editoriali a cadenza periodica, e che possono e devono utilmente essere pianificate anche nella parte finale residuale del Piano.

Per la definizione della tipologia e consistenza delle attività da eseguire nel corso del periodo in oggetto, stante lo stato di confronto ed elaborazione assolutamente embrionali, al momento della elaborazione del presente piano, ci si è rigorosamente attenuti alle indicazioni fornite in sede di offerta di gara potendosi addivenire ad una più compiuta e rifinita elaborazione di tali scelte solo in fase di avanzata esecuzione dell'incarico. In tale ottica, così come concordato nell'incontro iniziale, il "fine tuning" e l'eventuale ricalibratura delle scelte attuative, sarà effettuata periodicamente in sede di pianificazione esecutiva trimestrale.

2. Attività ed output per tipologia

Conformemente alla documentazione di gara le attività che saranno eseguite nel corso del 2017 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 proporzionalmente ridimensionata in funzione della durata effettiva 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. Questi gli output attesi nel corso dell'anno:		
1	a	Piano di Comunicazione a valenza pluriennale (PdC)
2	b	Piani Annuale delle azioni di comunicazione (PdA 2017 e 2018)

Area A.2		Coordinamento e attuazione del Piano di comunicazione
E' pianificata nel corso dell'anno l'esecuzione di tutte le attività 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. In tale ambito saranno altresì eseguite le propedeutiche attività di implementazione dei database (banca dati immagini e best practices del PSR) e sviluppo e declinazione delle scelte creative e della relativa manualistica di immagine coordinata di supporto all'intero piano. Per quanto attiene alle best practices del PSR, al fine di adeguarne la selezione all'avanzamento effettivo del Programma si prevede di suddividerne l'implementazione in due diverse fasi da pianificare negli anni 2017 e 2018. Gli output di questa tipologia di attività attesi nel corso dell'anno sono i seguenti:		
10	a	Incontri di coordinamento a cadenza mensile
9	b	Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento (RIC)
4	c	Incontri per definire il Report di attività
1	e	Database best practices PSR (1/3 delle attività)
1	f	Database immagini del PSR (300 delle 500 immagini previste)
1	g	Manuale d'uso immagine coordinata e strumenti a supporto
3	h	Report trimestrali di esecuzione del servizio (RES)
1	i	Report annuale delle attività realizzate (RAS)

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

Sono le attività che assicureranno una costante e puntuale verifica della efficacia della comunicazione del Programma. Trattandosi della fase di avvio del piano, nel corso del periodo in oggetto saranno eseguite le attività iniziali di predisposizione degli strumenti di misurazione e rilevazione (questionari, modelli di intervista e focus group, set di indicatori) propedeutiche alla loro somministrazione, che avverrà prevalentemente in occasioni degli eventi e la elaborazione delle reportistiche di monitoraggio periodiche, su base trimestrale e di fine anno. Questi gli output della presente tipologia di attività che saranno prodotti nel corso dell'anno:

8	a	Set di indicatori di monitoraggio
3	b	Relazioni trimestrali di monitoraggio
1	c	Relazione annuale di monitoraggio

Area A.4 Strategia web e social media

In tale ambito specifico rientrano tutte le attività che saranno eseguite nel corso del 2017 per la implementazione ed avvio funzionale degli strumenti di comunicazione digitale del piano: sito dedicato e mobile, canali social, sistemi di mailing. Vi rientrano inoltre le attività di gestione e supporto redazionale degli stessi che saranno avviate subito dopo la loro attivazione e garantite continuativamente fino alla fine del piano (aggiornamento sito, animazione canali social, invio DEM e newsletter, ecc.). Saranno infine eseguite nel corso dell'anno anche le attività di promozione della visibilità del Programma sui canali digitali attraverso le prime azioni di posizionamento e ottimizzazione sui motori di ricerca e le prime campagne di digital marketing. Di seguito gli output specifici prodotti nel corso del 2017:

2	a	Campagne di digital marketing
3	b	Azioni di posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca
3	d	Sistemi di mailing mirato
1	e	Supporto continuativo alla pubblicazione (strumenti web regionali)
1	f	Gestione continuativa contenuti e documenti (strumenti web e social Piano)

Area A.5 Campagne pubblicitarie

Raggruppa le attività tipiche di natura promo-pubblicitaria del Programma che saranno eseguite a cadenza costante lungo l'intero triennio di contratto. Nel corso del primo anno saranno pertanto sviluppate le previste campagne verso cittadini, beneficiari ed a sostegno delle singole azioni del Piano. Questi gli output della presente tipologia di attività che saranno prodotti nel corso dell'anno:

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

Sono le attività pianificate nel corso del 2017 per la progettazione e la realizzazione dei materiali editoriali di comunicazione ed informazione del Programma, in particolare delle pubblicazioni rivolte al grande pubblico ed ai beneficiari, dei materiali a supporto degli eventi (cartellina, block notes, penna, brochure, programma) e delle pubblicazioni di carattere tecnico e divulgativo del PSR. Di seguito i relativi output che saranno prodotti nel corso dell'anno:

1	a	Pubblicazione materiale illustrativo per la cittadinanza (pieghevole del PSR)
4	b	Pubblicazioni materiale informativo per i beneficiari (Guida, Vademecum, Schede Misure e Linee Guida sugli obblighi d'informazione)
2	c	Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari
1	d	Pubblicazione a carattere tecnico e divulgativo

Area A.7 Ufficio stampa e pubbliche relazioni

Un importante e specifico impegno sarà posto, in questo primo anno di attuazione del Piano, alla esecuzione delle attività di media relations, affiancando naturalmente a quelle iniziali (attivazione unità, database contatti giornalistici, impostazione rassegna) quelle di natura continuativa (supporto ufficio stampa, produzione comunicati, organizzazione evento dedicato, promozione uscite su media). Questi gli output delle attività di ufficio stampa che saranno prodotti nel corso dell'anno:

1	a	Database contatti giornalistici (100 contatti)
12	b	Comunicati stampa
1	c	Evento dedicato ai media
2	d	Cartelle stampa
9	e	Supporto ufficio stampa eventi
24	f	Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali
1/3	g	Rassegna stampa e web annuale

Area A.8 Eventi, incontri e seminari

Consiste nella esecuzione delle attività preparatorie, organizzative e di accompagnamento dei diversi momenti pubblici di confronto con la cittadinanza, i beneficiari, il partenariato tecnico e gli organismi di gestione del Programma (eventi, workshop, incontri tematici, Comitati di Sorveglianza, ecc.). Trattandosi del primo anno e di un periodo cronologicamente ridotto le attività di questo tipo, pianificate nel 2017 saranno proporzionalmente ridotte rispetto alla ipotesi di gara. Questi in sintesi gli eventi che saranno realizzati nel corso dell'anno:

1	a	Incontro di partenariato
2	b	Comitati di Sorveglianza
7	d	Eventi sul territorio (beneficiari/potenziati beneficiari)
1	e	Eventi rivolti alla cittadinanza

Area A.9 Produzione materiali multimediali e audiovisivi

Comprende le attività che saranno eseguite nel corso dell'anno per l'ideazione e la realizzazione dei materiali di comunicazione audiovisiva che accompagneranno le singole azioni del Piano: dalle animazioni infografiche a supporto della strategia digital e social, agli spot per le campagne, dai video di presentazione degli eventi a quello generale del Programma. Lo sviluppo dei prodotti multimediali nel 2017 sarà naturalmente connesso all'avanzamento delle altre attività sin qui descritte che ne presuppongono l'utilizzo, dal che ne consegue la previsione dei seguenti output:

2	a	Progetto audiovisivo per la cittadinanza (video del PSR)
2	b	Progetti audiovisivi per beneficiari (video tutorial dell'immagine e/o dei bandi)
2	c	Video relativi a contenuti del PSR (spot, intro eventi, video pillole, bestpractices, ecc.)

3. Impatto previsto della spesa

Al fine di facilitare la programmazione amministrativa del Piano e la sua gestione finanziaria, alla indicazione di dettaglio delle attività la cui esecuzione è prevista nel corso del periodo annuale in oggetto, si è inteso affiancare, qui di seguito, la misurazione del relativo impatto economico, calcolato secondo 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) tenendo conto di quanto esplicitamente indicato nell'Allegato B. Di conseguenza la determinazione delle singole cifre, da intendersi 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, è avvenuta, laddove necessario, sulla base di una stima ragionevole dell'effettiva misurazione tenendo conto degli elementi di flessibilità presenti in taluni specifici casi (attività in corso alla fine del periodo, azioni a cadenza mensile quotate su base trimestrale, ecc.) ma non della eventuale applicazione dell'utile d'impresa dichiarato in fase di offerta.

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale
A.1	a	1-Incontro di avvio contratto e attività	1	2.269,00	2.269,00
		2-Redazione e consegna dei piani di attività (PdC)			
	b	3-Redazione e consegna dei piani di attività (PdA2017)	2	3.361,48	6.722,96
		4-Redazione e consegna dei piani di attività (PdA2018)			
Totale area di attività A.1			3	-	8.991,96

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	10	402,00	4.020,00
	b	Report di sintesi dell'incontro mensile di coordinamento	6-Definizione e stesura del report correlato all'incontro mensile di coordinamento	9	83,33	749,97
	c	Incontro per definire il Report di attività per ciascuna annualità	7-Incontro e Redazione piano annuale attività 2018	4	213,00	852,00
	e	Database di best practice del PSR Veneto (100 casi)	8-Costruzione database delle best practice	0,33	6.651,87	2.215,07
			9-Organizzazione. 3 incontri con Avepa per definizione database best practice			
		10-Costruzione strumenti di supporto per il database best practice (schede progetti e sistema di geolocalizzazione delle best practice sul sito dedicato)				



Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale
A.2	f Database immagini sul PSR Veneto (500)	11-Incontro di definizione con AdG su tagli e soggetti fotografici per la costruzione del Data base immagini PSR	0,6	6.364,10	3.818,46
		12-Realizzazione 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	1	2.601,55	2.601,55
	h Report trimestrale sullo stato di esecuzione del servizio	15-Report trimestrale di avanzamento	3	511,50	1.534,50
	i Report annuale delle attività realizzate	16-Incontro e redazione piano annuale delle attività realizzate	1	1.332,58	1.332,58
i Report conclusivo triennale dell'attuazione del Piano	17-Previsto nella terza annualità	0	5.608,80	0,00	
Totale area di attività A.2			29	-	17.124,13

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale	
A.3	a Set di indicatori di monitoraggio	18-Condivisione con la Committenza degli strumenti e set proposti	8	1.010,21	8.081,68	
		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	3	614,62	1.843,86	
		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	1	1.229,24	1.229,24	
		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	0	2.171,20	0,00	
	f Indagine intermedia risultati ed effetti del Piano		27-Definizione del campione di indagine	0	8.687,72	0,00
			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						

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale	
A.3	g	Indagine conclusiva risultati ed effetti del Piano	32-Prevista nella terza annualità	0	8.687,72	0,00
			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			
Totale area di attività A.3			12	-	11.154,78	

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale	
A.4	a	Campagne di digital marketing	38-Campagne di Digital Marketing rivolta ai beneficiari (condivisione con la committenza degli strumenti e del piano; realizzazione della campagna)	2	10.050,00	20.100,00
			39-Campagna pubblicitaria a supporto del sito e della community (condivisione con la committenza degli strumenti e del piano; realizzazione della campagna; video adv per diffusione video tutorial)			
	b	Azioni di posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca (SEO)	40-Azioni SEO e SEM	3	2.281,10	6.843,30
	c	Progetto di consultazione online dei target sui temi dello sviluppo rurale	41-Prevista nella terza annualità	0	5.338,35	0,00
	d	Sistema di mailing mirato	42-Raccolta e categorizzazione delle mailing esistenti	3	2.246,80	6.740,40
			43-Implementazione delle mailing list			
			44-Utilizzo di Mail Up o similari per la diffusione di informazioni			
	e	Supporto alla pubblicazione (strumenti web regionali)	45-Definizione delle procedure di coordinamento dei flussi informativi dei vari soggetti coinvolti nel PSR (AdG, Portale regionale, Avepa)	1	2.250,00	2.250,00
			46-Definizione delle procedure di coordinamento dei flussi informativi coinvolti nelle tematiche di riferimento (es. RRN, ENRD, Europe Direct).			
	f	Gestione contenuti e documenti (strumenti web Piano Comunicazione)	47-Realizzazione del sito dedicato al PSR (mappatura dei contenuti; architettura dell'informazione; declinazione layout; sviluppo anche in versione mobile; content management)	1	10.486,00	10.486,00
48-Gestione del sito dedicato al PSR (aggiornamento dei contenuti e assistenza tecnica)						



Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale
f	(segue) Gestione contenuti e documenti (strumenti web Piano Comunicazione)	49-Attivazione dei canali social (Facebook, Twitter, You Tube, Storify, Instagram, Info.gram, ecc.)		(segue)	(segue)
		50-Gestione dei canali social			
		51-Progettazione e realizzazione strumenti digitali correlati al PdA (whatsapp in modalità broadcast, data visualization, targa generator, etc.)			
g	Applicazione smartphone e device	52-Prevista nella seconda annualità	0	15.000,00	0,00
Totale area di attività A.4			10	-	46.419,70

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale
A.5	a	53-Campagna pubblicitaria tabellare	2	27.223,60	54.447,19
		54-Campagna pubblicitaria di informazione (supporto dell'evento dedicato alla cittadinanza)			
	b	55-Campagna pubblicitaria sistema di promozione bandi	2	12.223,60	24.447,19
		56-Campagna di informazione (supporto ciclo di eventi sul territorio)			
	c	Campagne pubblicitarie a sostegno di azioni del Piano	57-Campagna di supporto al Piano	1	14.595,57
Totale area di attività A.5			5	-	93.489,95

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale	
A.6	a	Pubblicazione / materiale destinato alla cittadinanza	58-Progettazione dei materiali editoriali per la cittadinanza	1	5.849,63	5.849,63
	b	Pubblicazione / materiale destinato ai beneficiari / potenziali beneficiari	59-Progettazione dei materiali editoriali per i beneficiari (Guida PSR; Vademecum per accedere ai finanziamenti; Schede Misure correlati ai bandi; Linee guida sugli obblighi dei beneficiari in materia di informazione).	4	3.224,13	12.896,52
	c	Set di prodotti a supporto di eventi, incontri e seminari	60-Progettazione e realizzazione kit partecipanti agli eventi	2	3.091,48	6.182,96
	d	Pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo	61-Progettazione e realizzazione dossier tecnici	1	5.147,72	5.147,72
Totale area di attività A.6			8	-	30.076,83	

Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale	
A.7	a	Database contatti giornalistici	62-Costruzione e consegna database contatti giornalisti	1	5.523,72	5.523,72
	b	Comunicati stampa	63-Produzione e diffusione comunicati stampa (ex ante - ex post)	12	165,00	1.980,00
	c	Evento dedicato ai media	64-Definizione, progettazione di eventi dedicati ai media	1	1.051,55	1.051,55
	d	Cartella stampa	65-Progettazione e realizzazione delle cartelle stampa (correlati agli eventi)	2	297,00	594,00
	e	Supporto ufficio stampa eventi PSR	66-Supporto (media relations; recall; accoglienza; interviste)	9	360,00	3.240,00
	f	Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali	67-Attività di media relations	24	202,00	4.848,00
	g	Servizio rassegna stampa e web	68-Monitoraggio uscite sui media, collezione e confezionamento della rassegna	0,33	10.761,07	3.583,44
Totale area di attività A.7			49	-	20.820,71	

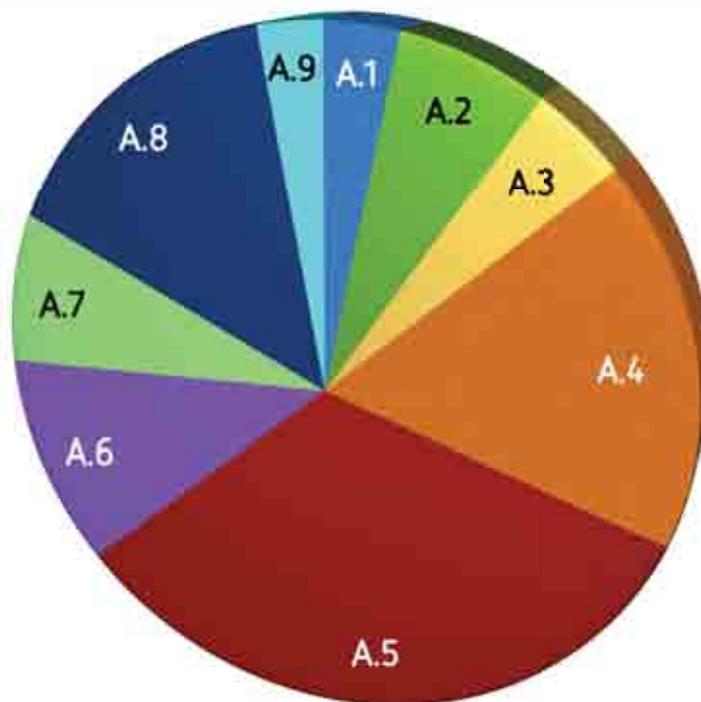
Area	Output	Attività	Q.tà	Valore unitario	Valore totale	
A.8	a	Incontri di Partenariato	69-Progettazione, supporto alla gestione e realizzazione di Incontri di Partenariato	1	4.088,18	4.088,18
	b	Comitati di sorveglianza	70-Progettazione, supporto alla gestione e realizzazione di Comitati di Sorveglianza	2	3.088,18	6.176,36
	c	Seminari tecnici/workshop (portatori interesse e/o rete)	71-Prevista dalla seconda annualità	0	4.088,18	0,00
	d	Eventi sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)	72-Progettazione e realizzazione ciclo incontri beneficiari	7	2.230,71	15.614,97
	e	Eventi rivolti alla cittadinanza	73-Progettazione e realizzazione dell'eventi annuali	1	15.784,24	15.784,24
Totale area di attività A.8			11	-	41.663,75	



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	2.923,10
	b	Progetti audiovisivi (beneficiari/potenziati beneficiari)	75-Definizione, realizzazione video destinati ai beneficiari	2	1.461,55	2.923,10
	c	Video relativi a contenuti del PSR Veneto 2014-2020	76-Definizione e realizzazione spot 30"	2	1.134,62	2.269,24
			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.) (previsto per la seconda annualità)			
			78-Definizione e realizzazione del Docufilm (previsto nella seconda annualità)			
		79-Definizione e realizzazione: video descrittivo immagine coordinata PSR 2014-2020				
Totale area di attività A.8			6	-	8.115,44	
TOTALE GENERALE ATTIVITA' 2017			134		271.373,91 €	

Ripartizione dei costi delle attività di comunicazione 2017

- A.1 - Progettazione
- A.2 - Coordinamento
- A.3 - Monitoraggio
- A.4 - Strategia digitale
- A.5 - Campagne
- A.6 - Pubblicazioni
- A.7 - Ufficio stampa
- A.8 - Eventi
- A.9 - Materiali audiovisivi



4. Pianificazione temporale

La pianificazione temporale delle attività previste nel corso del periodo in oggetto (8 mesi residui del 2017 da maggio a dicembre) è stata elaborata, tenendo conto 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 nell'incontro del 28 aprile u.s.

Per comodità di consultazione e successivo monitoraggio il cronoprogramma è stato scomposto in tre distinte tabelle GANTT di respiro trimestrale corrispondenti ai periodi di rendicontazione stabiliti (per cui la prima riguarderà in effetti il bimestre maggio-giugno) cui è aggiunta una finale di riepilogo sinottico dell'intero periodo. Le attività indicate in ciascuna tabella trimestrale sono solo quelle effettivamente attive/eseguite in quel periodo la cui scansione è su base settimanale (contrassegnate dal giorno corrispondente a ciascun venerdì).

Fase 1: Maggio > Giugno 2017

Area	Output	Maggio 2017				Giugno 2017				
		5	12	19	26	2	9	16	23	30
A.1	a Piano di Comunicazione a valenza pluriennale	■	■							
	b Piano Annuale delle azioni di comunicazione	■	■							
A.2	a Incontri di coordinamento a cadenza mensile			■				■		
	b Report di sintesi dell'incontro mensile				■				■	
	c Incontri per definire il Report di attività							■		
	f Database immagini del PSR					■	■	■	■	■
	g Manuale d'uso immagine coordinata				■	■	■	■	■	✓
	h Report trimestrali di esecuzione del servizio									■
A.3	a Set di indicatori di monitoraggio					■	■	■	■	✓
	b Relazioni trimestrali di monitoraggio								■	■
A.4	d Sistemi di mailing mirato						■	■	■	■
	f Gestione continuativa contenuti (realizzazione del sito dedicato al PSR)				■	■	■	■	■	■



Area	Output	Maggio 2017				Giugno 2017					
		5	12	19	26	2	9	16	23	30	
A.7	a Database contatti giornalistici										
	b Comunicati stampa										
	e Supporto ufficio stampa eventi										
	f Uscite su testate/emittenti										
A.8	b Comitati di Sorveglianza										

Fase 2: Luglio > Settembre 2017

Area	Output	Luglio 2017				Agosto 2017				Settembre 2017					
		7	14	21	28	4	11	18	25	1	8	15	22	29	
A.2	a Incontri di coordinamento mensile														
	b Report di sintesi dell'incontro mensile														
	c Incontri per definire il Report di attività														
	e Database best practices PSR														
	f Database immagini del PSR														
	h Report trimestrali di esecuzione														
A.3	a Set di indicatori di monitoraggio														
	b Relazioni trimestrali di monitoraggio														
A.4	a Campagne di digital marketing														
	b Azioni di posizionamento/ottimizzazione														
	d Sistemi di mailing mirato														
	e Supporto continuativo alla pubblicazione														
	f Gestione continuativa contenuti (realizzazione e gestione del sito dedicato al PSR)														
	f Gestione continuativa contenuti (attivazione e gestione dei canali social)														
A.5	a Campagne pubblicitarie cittadinanza														
	b Campagne pubblicitarie beneficiari														
A.6	b Pubblicazioni materiale beneficiari														
	c Set di prodotti a supporto di eventi														
	d Pubblicazione tecnico divulgativa														



Area	Output	Luglio 2017				Agosto 2017				Settembre 2017				
		7	14	21	28	4	11	18	25	1	8	15	22	29
A.7	b Comunicati stampa													
	e Supporto ufficio stampa eventi													
	f Uscite su testate/emittenti													
A.8	a Incontro di partenariato													
A.9	a Progetto audiovisivo per la cittadinanza													
	b Progetti audiovisivi per beneficiari													
	c Video relativi a contenuti del PSR													

Fase 3: Ottobre > Dicembre 2017

Area	Output	Ottobre 2017				Novembre 2017				Dicembre 2017				
		6	13	20	27	3	10	17	24	1	8	15	22	29
A.1	b Piano Annuale delle azioni di comunicazione													
A.2	a Incontri di coordinamento mensile													
	b Report di sintesi dell'incontro mensile													
	c Incontri per definire il Report di attività													
	e Database best practices PSR													
A.3	f Database immagini del PSR													
	h Report trimestrali di esecuzione													
	i Report annuale delle attività realizzate													
A.4	b Relazioni trimestrali di monitoraggio													
	c Relazione annuale di monitoraggio													
A.4	a Campagne di digital marketing													
	b Azioni di posizionamento/ottimizzazione													
	d Sistemi di mailing mirato													
	e Supporto continuativo alla pubblicazione													
	f Gestione continuativa contenuti (inclusa realizzazione sito dedicato al PSR su dominio .tel)													



Area	Output	Ottobre 2017				Novembre 2017				Dicembre 2017				
		6	13	20	27	3	10	17	24	1	8	15	22	29
A.5	a Campagne pubblicitarie cittadinanza													
	b Campagne pubblicitarie beneficiari													
	c Campagne pubblicitarie del Piano													
A.6	a Pubblicazioni materiale cittadinanza													
	b Pubblicazioni materiale beneficiari													
	c Set di prodotti a supporto di eventi													
A.7	b Comunicati stampa													
	c Evento dedicato ai media													
	d Cartelle stampa													
	e Supporto ufficio stampa eventi													
	f Uscite su testate/emittenti													
	g Rassegna stampa e web annuale													
A.8	b Comitati di Sorveglianza													
	d Eventi sul territorio (beneficiari/pot.li benef.)													
	e Eventi rivolti alla cittadinanza													
A.9	b Progetti audiovisivi per beneficiari													
	c Video vari relativi a contenuti del PSR													



Cronoprogramma riassuntivo delle attività 2017

Area	Output	Maggio 2017		Giugno 2017				Luglio 2017				Agosto 2017				Settembre 2017				Ottobre 2017			Novembre 2017				Dicembre 2017											
		5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	1	8	15	22	29		
A.1	a Piano di Comunicazione pluriennale	█	█																																			
	b Piano Annuale di comunicazione																																					
A.2	a Incontri di coordinamento mensile			█			█				█				█				█				█				█											
	b Report di sintesi dell'incontro mensile				█			█			█				█				█				█				█											
	c Incontri per definire il Report di attività						█				█				█				█				█				█											
	d Database best practices PSR										█	█	█						█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
	e Database immagini del PSR						█	█	█	█										█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
	f Manuale d'uso immagine coordinata				█	█	█	█	█	✓																												
	g Report trimestrali di esecuzione																							█														
	h Report annuale delle attività realizzate																																					
A.3	a Set di indicatori di monitoraggio					█	█	█	█	✓	█	█																										
	b Relazioni trimestrali di monitoraggio																																					
	c Relazione annuale di monitoraggio																																					
A.4	a Campagne di digital marketing																																					
	b Azioni di posizionamento/ottimizzaz.																																					
	d Sistemi di mailing mirato																																					
	e Supporto continuativo alla pubblicazione																																					
	f Gestione continuativa contenuti																																					
	g Campagne pubblicitarie cittadina																																					
A.5	a Campagne pubblicitarie beneficiari																																					
	b Campagne pubblicitarie del Piano																																					
	c Campagne pubblicitarie del Piano																																					
A.6	a Pubblicazione materiale. cittadinanza																																					
	b Pubblicazioni materiale beneficiari																																					
	c Set di prodotti a supporto di eventi																																					
	d Pubblicazione tecnico divulgativa																																					
A.7	a Database contatti giornalistici																																					
	b Comunicati stampa																																					
	c Evento dedicato ai media																																					
	d Cartelle stampa																																					
	e Supporto ufficio stampa eventi																																					
	f Uscite su testate/emittenti																																					
	g Rassegna stampa e web annuale																																					
A.8	a Incontro di partenariato																																					
	b Comitati di Sorveglianza																																					
	d Eventi sul territorio (beneficiari/potenziali beneficiari)																																					
	e Evento rivolti alla cittadinanza																																					
	g Progetto audiovisivo per la cittadinanza																																					
A.9	a Progetto audiovisivo per la cittadinanza																																					
	b Progetti audiovisivi per beneficiari																																					
	c Video vari relativi a contenuti del PSR																																					

NB: le date contrassegnate con un segno "✓" indicano il rilascio degli specifici strumenti/deliverables previsti nelle attività