



PIANO PLURIENNALE DI ANIMAZIONE E COMUNICAZIONE
(Bando intervento SRG06 Azione B, paragrafo 6.5 – Impegni – Procedure attuative LEADER 2023-2027, par. 4)

GAL VENEZIA ORIENTALE – VEGAL

Indice del Piano di animazione e comunicazione

1. Premessa
2. Target
3. Obiettivi specifici
4. Contenuti e messaggi chiave
5. Animazione
6. Attività, canali e strumenti
7. Risorse
8. Monitoraggio
9. GANTT delle attività

1 - Premessa

Il presente Piano di Animazione e Comunicazione definisce le linee generali di animazione e comunicazione della strategia del **PSL 2023-2027 di VeGAL “Prodotti e Servizi Locali”**.

Il PSL di VeGAL, che coinvolge il territorio di sedici Comuni della Venezia Orientale (Annone Veneto, Caorle, Cavallino-Treporti, Ceggia, Cinto Caomaggiore, Concordia Sagittaria, Eraclea, Fossalta di Portogruaro, Gruaro, Jesolo, Portogruaro, Pramaggiore, San Michele Al Tagliamento, San Stino di Livenza, Teglio Veneto, Torre di Mosto) approvato con delibera del CdA di VeGAL n.74 del 4.8.2023, è stato candidato al Bando intervento SRG06 (DGR n. 294/2023) della Regione del Veneto che lo ha approvato con DGR n. 1510 del 4.12.2023.

La nuova **Strategia di Sviluppo Locale (SSL)** del PSL 2023-2027, nell’esigenza generale di mantenere e migliorare l’attrattività dell’area come luogo dove vivere e lavorare, sia per la popolazione residente sia per attrarne di nuova, in particolare giovani, ha individuato come ambito tematico centrale quello legato ai **Sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari (AT 3)**, rappresentando il settore agricolo e agroalimentare dell’ATD un riferimento e un patrimonio per la comunità locale, capace di generare posti di lavoro e di contribuire a rafforzare il senso di identità dell’area.

È stato inoltre individuato quale Ambito tematico secondario della strategia, quello legato all’**Innovazione e inclusione sociale e miglioramento dei servizi per la popolazione e degli spazi di vivibilità collettivi (AT 1)**, per la sua capacità di interrelazione con l’ambito centrale, oltre che per la possibilità offerta di disegnare percorsi di sviluppo innovativi, integrati e multisettoriali.

Con la scelta dell’Ambito principale, il territorio intende riprendere nel nuovo PSL 2023-2027 il percorso svolto nelle precedenti programmazioni sul **Parco alimentare** (oggetto di uno specifico “progetto chiave” del PSL 2014-2022) che puntava a consolidare e sviluppare le filiere agroalimentari locali e il settore enogastronomico, ma con una **nuova prospettiva che tenda non**

solo alla produttività ma alla sostenibilità ambientale, alla sperimentazione di processi di partecipazione locale, all'innovazione e, più in generale, alla coesione territoriale e sociale.

La sfida è quella di potenziare la **competitività del sistema agricolo a agroalimentare** che non è più solo quella dei “distretti produttivi”, ma che deve essere legata alle idee e alla capacità di **innovazione**, non solo **tecnologica**, ma anche **sociale**, e che deve fare perno innanzitutto su un crescente coinvolgimento dei **giovani** che qui risiedono, oltre che delle altre fasce della popolazione. La SSL 2023-2027 dunque nella ricerca di complementarità tra le due dimensioni degli ambiti tematici, intende raggiungere il **rafforzamento della resilienza e della vitalità dei territori rurali e la capacità di attivare scambi di conoscenza, ricerca e innovazione, anche in ambito sociale.**

La scelta degli ambiti tematici e degli obiettivi locali della strategia, frutto di un ampio confronto partenariale e territoriale, è strettamente correlata con la definizione delle attività del Piano di Animazione e Comunicazione del PSL che comprende azioni di **animazione**, ossia di **confronto e di supporto verso il partenariato, gli stakeholder e i potenziali beneficiari** degli interventi.

Sono previste inoltre **azioni di comunicazione**, ossia **informazione, promozione** per la sensibilizzazione ed il coinvolgimento della comunità nei confronti degli obiettivi dello sviluppo locale ed infine azioni per lo **scambio di buone prassi e modelli procedurali**, mediante la partecipazione alle attività promosse dall'Autorità di Gestione (AdG), dalla Rete Rurale Nazionale (RRN), dai soggetti preposti all'attività valutativa del PSL e dalle reti dei GAL (funzione di “rete”).

2 - Target

Si descrivono gli interlocutori di riferimento.

Potenziali beneficiari

Tutti quei soggetti che possono partecipare ai bandi e usufruire dei vantaggi offerti dal PSL, non solo in termini finanziari, ma anche di sistema, con una particolare attenzione al coinvolgimento della fascia di pubblico “giovane”.

A tali soggetti saranno date tutte le informazioni per poter usufruire del programma e presentare le opportunità di finanziamento e portare esempi concreti di progettualità realizzate. Tra questo target rientrano anche i professionisti (agronomi, architetti, geometri, tecnici, ecc.) che possono avere una ricaduta in termini di amplificazione dei risultati.

Il messaggio da trasmettere sarà chiaro ed esplicativo, dovranno essere date tutte le informazioni sul PSL e sui bandi e spiegate tutte le procedure da seguire.

Per la categoria di potenziali beneficiari rientranti nella tipologia “imprese”, una particolare attenzione sarà riservata alle associazioni di categoria come potenziale moltiplicatore e tramite dei messaggi comunicativi.

Beneficiari

I beneficiari del PSL sono coloro che usufruiscono dei finanziamenti e diventano, attivamente o anche passivamente, “testimonial” del Programma sul territorio attraverso i loro stessi progetti realizzati. Oltre a questo, attraverso il rispetto delle regole in materia di pubblicità dei fondi, il beneficiario potrà diventare un moltiplicatore di informazione e coinvolto nella diffusione delle buone pratiche in materia di gestione di progetti e al rispetto degli obblighi normativi.

Cittadinanza

Le attività del GAL e i benefici portati dal PSL dovranno essere diffusi, non solo a persone direttamente interessate, ma anche al grande pubblico, alla cittadinanza (in particolare ai giovani)

che vive e lavora nel territorio del GAL. Importante comunicare, non solo le opportunità offerte dal PSL, ma anche i benefici diretti di cui possono fruire i cittadini residenti attraverso i progetti finanziati. La forma dell'informazione dovrà essere estremamente chiara e diretta.

Partenariato e stakeholder

Il partenariato (composto da enti pubblici, associazioni di categoria, enti e società a capitale misto pubblico-privato, associazioni culturali, enti di ricerca e formazione e società civile) e i portatori di interesse saranno informati e aggiornati sulle attività, sulle iniziative del PSL affinché possano essi stessi costituire strumento di diffusione e amplificazione delle attività svolte dal GAL.

3 - Obiettivi specifici

Si elencano gli obiettivi specifici che guideranno il Piano di animazione comunicazione:

1. **OS1** - informare sulle opportunità offerte dagli interventi cofinanziati nell'ambito del PSL, creare e rafforzare le relazioni inter-progettuali in fase di attuazione (target: beneficiari e potenziali beneficiari). Ambito: COMUNICAZIONE e ANIMAZIONE;
2. **OS2** - accrescere la conoscenza dei risultati dei progetti, la partecipazione e la conoscenza del partenariato circa le attività associative (target: partenariato e stakeholder). Ambito: COMUNICAZIONE;
3. **OS3** - favorire lo sviluppo associativo, con particolare riferimento ai diversi gruppi di interesse, alla composizione pubblico-privata, territoriale e settoriale (target: stakeholder, partenariato, cittadinanza). Ambito: ANIMAZIONE;
4. **OS4** - informare e sensibilizzare la comunità locale sulla strategia del PSL, assicurando il rispetto degli obblighi in materia di pubblicità (target: cittadinanza). Ambito: COMUNICAZIONE.

4 - Contenuti e messaggi-chiave

Si descrivono i contenuti dei due Ambiti tematici individuati del PSL: "Sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari" (AT.3) e "Innovazione e inclusione sociale e miglioramento dei servizi per la popolazione e degli spazi di vivibilità collettivi" (AT.1) e la loro correlazione agli obiettivi locali.

Con l'Ambito principale AT3 si intende puntare non solo alla produttività ma alla sostenibilità ambientale delle imprese, alla sperimentazione di processi di partecipazione locale, all'innovazione e, più in generale, alla coesione territoriale e sociale.

(Il Parco Alimentare della Venezia Orientale è +innovativo, +sostenibile, +ecologico, +social)

Le azioni sono finalizzate a:

- valorizzare la produttività/competitività delle aziende agricole locali e agroindustriali sostenendo gli investimenti che rafforzano le tipicità locali (OL5), sviluppano attività di diversificazione (OL6), e azioni con finalità ambientali (OL 1), per contribuire a rendere il sistema locale più resiliente ai cambiamenti climatici, preservando gli *habitat* e i paesaggi rurali, storici e tradizionali, salvaguardandone gli elementi tipici e migliorando la gestione e la qualità dell'acqua;
- favorire la cooperazione per l'uso di soluzioni innovative nelle filiere agricole e agroalimentari, (**smart village**) per i sistemi del cibo, filiere e mercati locali, per l'inclusione sociale ed economica e per la sostenibilità ambientale (comunità del cibo e biodiversità, agricoltura biologica, orti didattici, recupero saperi tradizionali, ecc.) anche attraverso l'uso di soluzioni

offerte dalle tecnologie digitali (OL03)

- **attivare e/o implementare servizi a livello locale per la popolazione**, per favorire la valorizzazione delle specificità agricole e agroalimentari locali, nonché la scoperta e fruizione consapevole del proprio territorio, in ottica di coesione sociale. Il legame dei prodotti alimentari con il territorio, i paesaggi tradizionali, il patrimonio naturale e culturale rappresenta infatti un valore non solo per la competitività del settore, ma anche per la tenuta socio-economica del territorio (OL02);
- **favorire il rafforzamento e lo scambio di conoscenze nel sistema agricolo e agroalimentare locale** (OL04) sostenendo attività dimostrative e stimolando la partecipazione delle imprese a favore della competitività e della sostenibilità complessiva dei processi produttivi.

Con l'AT1, si intende rendere più attrattivo e vivibile il territorio dell'ATD.

Venezia Orientale più attrattiva: conoscere - fare - vivere

Le azioni sono finalizzate a:

- stimolare e supportare l'imprenditorialità dell'area mediante il sostegno all'avviamento di nuove attività imprenditoriali extra-agricole (OL07) e il rafforzamento delle attività extra-agricole esistenti (OL08), al fine di trattenere i giovani sul proprio territorio, contribuire allo sviluppo occupazionale economico e sociale dell'ATD e contrastare la rarefazione dei servizi nelle aree più marginali del territorio;
- rafforzare i servizi per la popolazione, soprattutto in termini di qualità e sostenibilità dell'ambiente, per la salute e il benessere della popolazione per favorire la coesione sociale e la cultura della comunità locale (OL09);
- migliorare l'offerta informativa con l'adozione di metodi e strumenti nuovi e diversificati per favorire la conoscenza del territorio e l'attrattività al fine di limitare gli effetti negativi causati dallo spopolamento (OL10).

Si riepilogano nello schema seguente contenuti e messaggi chiave del Piano

<i>ambito tematico</i>	<i>obiettivo locale</i>	<i>messaggi chiave / Claim</i>
AT3 - “Sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari”	<i>OL05 - Sostenere la produttività, redditività e competitività delle aziende agricole e agroindustriali</i>	• Integrare produttività e competitività con la sostenibilità delle aziende agricole locali • Investire per migliorare la qualità dei prodotti del Parco Alimentare ottenendo alimenti più salubri e più competitivi sul mercato Claim: <i>un parco alimentare della Venezia Orientale più green</i>
	<i>OL06 - Sostenere la diversificazione delle aziende agricole</i>	• Produrre, valorizzare e far conoscere i prodotti del Parco Alimentare • Sostenere la diversificazione delle aziende agricole per garantire una maggiore sostenibilità economica Claim: <i>un parco alimentare della Venezia Orientale più sostenibile</i>

	<i>OL01 - Contrastare la perdita di biodiversità, preservare il paesaggio rurale e migliorare la qualità dell'acqua</i>	● Migliorare le performance ambientali delle aziende per rendere il sistema locale più resiliente ai cambiamenti climatici ● Preservare gli habitat e i paesaggi rurali, storici e tradizionali e migliorare la qualità dell'acqua Claim: un parco alimentare della Venezia Orientale più green
	<i>OL03 - Favorire la cooperazione per l'uso di soluzioni innovative nelle filiere agricole e agroalimentari</i>	● Favorire la creazione di filiere corte e strategie smart village ● Favorire l'agricoltura biologica a basso impatto ambientale e a risparmio idrico ● Recuperare i saperi tradizionali delle colture agrarie ● Favorire l'aggregazione sociale e la cooperazione con la creazione di orti didattici Claim: un parco alimentare della Venezia Orientale più smart
	<i>OL02 - Attivare e/o implementare servizi di base alla popolazione (sociali, culturali e ricreativi) per favorire la valorizzazione delle specificità agricole a agroalimentari locali, finalizzati anche ad una scoperta e fruizione consapevole del proprio territorio, in ottica di coesione sociale</i>	● Promuovere servizi per la popolazione mirati alla scoperta e fruizione consapevole del proprio territorio e delle specificità agricole e agroalimentari ● Rafforzare il legame dei prodotti alimentari con il territorio, i paesaggi tradizionali, il patrimonio naturale e culturale Claim: un parco alimentare della Venezia Orientale che favorisce l'identità e la coesione sociale
	<i>OL04 - Favorire il rafforzamento e lo scambio di conoscenze nelle filiere agricole e agroalimentari</i>	● Sostenere l'innovazione condivisa per favorire la competitività e la sostenibilità complessiva dei processi produttivi Claim: un parco alimentare della Venezia Orientale più innovativo

AT1 - “Innovazione e inclusione sociale e miglioramento dei servizi per la popolazione e degli spazi di vivibilità collettivi”	<i>OL07 - Sostenere l'avvio di nuove attività imprenditoriali per nuovi servizi e il ruolo della micro-imprenditoria:</i>	● Promuovere l'avvio di nuove attività imprenditoriali per servizi innovativi, sostenendo la micro-imprenditoria locale ● Investire nell'imprenditoria giovanile ● Contrastare la riduzione dei servizi alla comunità Claim: fare impresa nella Venezia Orientale
	<i>OL08 - Aumentare l'attrattività dell'area, creare nuova occupazione e migliorare i servizi ai residenti</i>	● Migliorare i servizi alla popolazione per favorire la creazione di nuove aziende e per contrastare lo spopolamento Claim: una Venezia Orientale più attrattiva
	<i>OL09 - Rafforzare i servizi di base alla popolazione (culturali, ricreativi, ambientali, per la coesione sociale</i>	● Potenziare i servizi alla popolazione per favorire la coesione sociale della comunità locale ● Aumentare la conoscenza e la fruizione del territorio Claim: una Venezia Orientale più attrattiva
	<i>OL10 - Promuovere la conoscenza e l'attrattività dell'area, contrastare lo spopolamento e la rarefazione dei servizi</i>	● Migliorare l'offerta informativa per favorire la conoscenza del territorio e la sua attrattività ● Contrastare lo spopolamento Claim: conoscere la Venezia Orientale

5 - Animazione

Per Animazione si intendono tutte quelle attività che, facendo leva anche sulla comunicazione, stimolano l'interesse locale per lo sviluppo rurale e per la Strategia del PSL e che permettono di:

- facilitare o stimolare l'iniziativa e le idee della comunità;
- aumentare la partecipazione della comunità;
- costruire reti per la condivisione delle informazioni e la cooperazione;
- incoraggiare/stimolare lo sviluppo di progetti innovativi che possano contribuire alla Strategia;
- supportare i potenziali beneficiari durante il processo di candidatura.

Le attività di animazione previste nel Piano sono:

- **Incontri:**
 - Tavoli di confronto, di norma presso la sede VeGAL, su specifici temi della SSL destinati a coinvolgere gruppi specifici di beneficiari e imprese;
 - incontri/seminari dedicati ad approfondire uno specifico argomento inerente alla SSL (anche attraverso l'ausilio di esperti) che sia di accompagnamento allo sviluppo di progetti da parte di categorie specifiche;

- eventi itineranti destinati alla reciproca conoscenza e coinvolgimento degli stakeholder da organizzare presso le aziende agricole (o altri beneficiari), con la partecipazione dei rappresentanti del partenariato, beneficiari/testimonial;
- **Sportello di informazione** stabile sul territorio (sede GAL) dove in orari prefissati è possibile recarsi per ricevere informazioni e avere un confronto su possibili iniziative da proporre.

6 - Attività (canali e strumenti)

Per dare esecuzione al presente Piano, come previsto nel PSL - Capitolo 10, dedicato all'animazione e comunicazione, VeGAL intende svolgere una serie di azioni nei confronti del partenariato, degli stakeholder e dei potenziali beneficiari degli interventi, per la sensibilizzazione ed il coinvolgimento della comunità nei confronti degli obiettivi dello sviluppo locale e per lo scambio di buone prassi e modelli procedurali, mediante la partecipazione alle attività promosse dall'AdG, dalla RRN, dai soggetti preposti all'attività valutativa del PSL e dalle reti dei GAL.

Gli strumenti previsti e relative attività sono:

- **Realizzazione della Visual Identity del PSL**
 - uno specifico logo del PSL
 - un progetto grafico cartaceo/multimediale (cartellina, format invito, carta intestata; template file word e template slide presentazioni in ppt, manifesti, locandine, pubblicazioni, gadget) e per il web (banner, immagini e grafiche sito istituzionale, FB, IG ecc.).
- **Sito Internet e Social media**
 - aggiornamento e restyling portale istituzionale di VeGAL www.vegal.net
 - pubblicazione news informative alla sezione news del sito e con richiami in home page;
 - pubblicazione sul sito della documentazione relativa al PSL e suoi aggiornamenti
 - pubblicazione contenuti sulle attività del GAL nelle pagine Facebook (FB) e Instagram (IG) dedicate;
 - newsletter, almeno bimestrale, con notizie relative allo stato di attuazione del PSL, con rimandi diretti alle pagine web;
 - pubblicazione di notizie/approfondimenti dedicate al PSL sul periodico di informazione denominato "Informatore Europeo" (con minimo 2 uscite anno) diffusa via mail e disponibile sul portale istituzionale;
 - dossier fotografico per immagini del territorio, delle buone pratiche e dei soggetti target selezionati;
 - realizzazione video clip/reel per sito istituzionale e social.
- **Prodotti informativi e materiali promozionali**

Realizzazione di:

 - pieghevole per la presentazione del PSL da divulgare presso la sede di VeGAL, dei partner e degli enti locali dell'area, a disposizione del pubblico e in occasione degli eventi pubblici e ristretti

- rivista dedicata (formato tabloid/magazine/on line) alla promozione della cultura del cibo ed i suoi legami con il patrimonio enogastronomico locale ed il patrimonio/paesaggio rurale
- pubblicazioni finali sui risultati del PSL con Focus sui progetti (formato 17x24cm)
- dossier tematici in forma di pubblicazione (formati possibili A5 e/o 17x24cm) sulle buone pratiche
- poster promozionali su supporto rigido per scenografia eventi e arredamento sede VeGAL
- **Eventi, incontri pubblici, bilaterali e ristretti**
Realizzazione di:
 - incontri/seminari/convegni/esposizioni nella sede di VeGAL, presso associati, beneficiari e location rappresentative del territorio;
 - Tavoli di confronto VEGAL-beneficiari operatori locali imprese su specifici temi;
 - “eventi itineranti” destinati alla reciproca conoscenza e coinvolgimento degli stakeholder da organizzare presso le aziende agricole (o altri beneficiari), con la partecipazione dei rappresentanti del partenariato, beneficiari/testimonial e diffondere con dossier dedicati, canali social, sito istituzionale, comunicati stampa.
- **Sportello informativo**
 - apertura di uno sportello informativo presso la sede di VeGAL, con le modalità di erogazione del servizio descritta nella Carta dei servizi a disposizione di potenziali beneficiari, partenariato, stakeholder, cittadinanza.
- **Ufficio stampa**
 - redazione di comunicati stampa sulle attività e sui risultati conseguiti dal GAL con l’obiettivo di essere pubblicati su quotidiani locali o nazionali e quotidiani/on line.
- **Campagne pubblicitarie**
 - pubblicazione di articoli a pagamento (pubbiredazionali) su testate giornalistiche locali e/o nazionali;
 - post su FB e IG in evidenza.

Aree di attività

Web e social

- aggiornamento del sito internet istituzionale www.vegal.net
- invio newsletter bimestrale e magazine periodico
- report semestrale degli strumenti web e social *FB e IG*

Eventi e incontri

- incontri di presentazione dei bandi previsti dal cronoprogramma del PSL (con contestuale presentazione del PSL)
- seminari di approfondimento sulla SSL
- esposizioni a tema
- convegno finale di presentazione dei risultati del PSL
- Tavoli di confronto VeGAL, beneficiari, imprese

Campagne pubblicitarie:

- acquisto di n.1 publiredazionale/anno su giornale nazionale o locale
- n. 30/anno post FB e IG in evidenza (sponsorizzati)

Ufficio stampa

- aggiornamento del database media e stampa
- redazione ed invio comunicati stampa al data base e recall telefonico

Materiali e pubblicazioni:

- design e stampa di flyer/pieghevole di presentazione del PSL
- design e stampa di poster di presentazione del PSL
- gadget (agenda e blocco note) formato quaderno con copertina rigida, elastico di chiusura e corda-segnalibro
- rivista dedicata al tema del cibo/cultura
- pubblicazione finale dei risultati del PSL

Video e prodotti multimediali

- dossier fotografico per la raccolta di +500 foto
- video clip/reel per social e sito istituzionale



Anno di attività	2024				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione comunicazione (A-C-A/C)
Web e social	Sito web Vegal.net	notizie ed eventi relativi alle attività del PSL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Pagina FB	notizie ed eventi relativi alle attività del PSL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Profilo IG	pubblicazione immagini del territorio relative a interventi finanziati o attività/eventi del GAL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Newsletter dedicata al PSL	Informazione sull'avanzamento della SSL (pubblicazione bandi, organizzazione incontri e seminari, appuntamenti, scadenze, ecc.)	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari, media	OS1 OS2 OS4	C
	Magazine periodico (Informatore Europeo)	Approfondimenti/focus su progetti del PSL, interviste mirate, atti dei convegni, incontri ecc.	partenariato, stakeholder, beneficiari, media	OS1 OS2 OS4	C
Eventi e incontri	incontri di presentazione dei bandi e contestuale presentazione del PSL	presentazione dei bandi previsti dal cronoprogramma del PSL (con contestuale presentazione del PSL)	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari,	OS1 OS2 OS3	A/C



	Tavoli di confronto	Tavoli di confronto VeGAL, beneficiari, imprese	partenariato, stakeholder,	OS2 OS3	A
Campagne pubblicitarie	pubbliredazionali sui risultati dei primi bandi pubblicati	pubblicazione di 1 articolo su giornale locale e/o nazionale	cittadini, partenariato, stakeholder	OS2 OS4	C
	post/reel/storie su FB e IG in evidenza	almeno 30 post/a da condividere tra FB e IG con obiettivo di aumentare impression+engagement	cittadini, partenariato, stakeholder	OS2 OS4	C
Ufficio stampa	Comunicati stampa	redazione di comunicati stampa su iniziative, attività e risultati conseguiti	media	OS1 OS2 OS4	C
Materiali e pubblicazioni	pieghevole/flyer	presentazione del PSL	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
	poster promozionali	immagini del paesaggio e riferimenti grafici agli ambiti tematici	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
	pubblicazioni	risultati PSL 14/22 e presentazione strategia PSL 23/27; pubblicazione ultima edizione evento “PSLarte”	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2	C
Video e prodotti multimediali	incarico fotografo professionista	shooting sul territorio con focus paesaggio e progetti	cittadini, partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C



	video/reel per i social e/o sito istituzionale	paesaggio rurale, progetti, partenariato, eventi,	cittadini, partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
--	--	---	---	-------------------	---

Anno di attività	2025				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione comunicazione (A-C-A/C)
Web e social	Sito web Vegal.net	notizie ed eventi relativi alle attività del PSL	cittadini, partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2	C
	Pagina FB	notizie ed eventi relativi alle attività del PSL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Profilo IG	pubblicazione immagini del territorio relative a interventi finanziati o attività/eventi del GAL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Newsletter bimestrale dedicata al PSL	Informazione sull'avanzamento della SSL (pubblicazione bandi, organizzazione incontri e seminari, appuntamenti, scadenze, ecc.)	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari, media	OS1 OS2 OS4	C



	Magazine periodico (Informatore Europeo)	Approfondimenti/focus su progetti del PSL, interviste mirate, atti dei convegni, incontri ecc.	partenariato, stakeholder, beneficiari, media	OS1 OS2 OS4	C
Eventi e incontri	incontri di presentazione dei bandi e contestuale presentazione del PSL	presentazione dei bandi previsti dal cronoprogramma del PSL (con contestuale presentazione del PSL)	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari,	OS1 OS2 OS3	A/C
	seminari	seminario su uno specifico argomento inerente alla SSL	stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS3	A/C
	Tavoli di confronto	Tavoli di confronto VeGAL, beneficiari, imprese	partenariato, stakeholder	OS2 OS3	A
Campagne pubblicitarie	pubbbliredazionali di fine anno sui risultati dei primi bandi pubblicati	pubblicazione di 1 articolo su giornale locale e/o nazionale	cittadini, partenariato, stakeholder	OS2 OS4	C
	post/reel/storie su FB e IG in evidenza	almeno 30 post/a da condividere tra FB e IG con obiettivo di aumentare impression+engagement	cittadini, partenariato, stakeholder	OS2 OS4	C
Ufficio stampa	Comunicati stampa	redazione di comunicati stampa relativi alle iniziative, alle attività e ai risultati conseguiti	media	OS1 OS2 OS4	C
Materiali e pubblicazioni	pieghevole/flyer	aggiornamento con i primi risultati oltre a presentazione del PSL	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C



	poster promozionali	aggiornamento (oltre a immagine del paesaggio e riferimenti grafici agli ambiti tematici) con alcuni progetti	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
	rivista dedicata in modo specifico all'AT3	articoli cultura del cibo ed i suoi legami con il patrimonio enogastronomico locale ed il patrimonio/paesaggio rurale	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
Video e prodotti multimediali	video/reel per i social e/o sito istituzionale	paesaggio rurale, progetti, partenariato, eventi,	cittadini, partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C

Anno di attività	2026				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione comunicazione (A-C-A/C)
Web e social	Sito web Vegal.net	notizie ed eventi relativi alle attività del PSL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Pagina FB	notizie ed eventi relativi alle attività del PSL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C



	Profilo IG	pubblicazione immagini del territorio relative a interventi finanziati o attività/eventi del GAL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Newsletter mensile dedicata al PSL	Informazione sull'avanzamento della SSL (pubblicazione bandi, organizzazione incontri e seminari, appuntamenti, scadenze, ecc.)	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari, media	OS1 OS2 OS4	C
	Magazine periodico (Informatore Europeo)	Approfondimenti/focus su progetti del PSL, interviste mirate, atti dei convegni, incontri ecc.	partenariato, stakeholder, beneficiari, media	OS1 OS2 OS4	C
Eventi e incontri	incontri di presentazione dei bandi e contestuale presentazione del PSL	presentazione dei bandi previsti dal cronoprogramma del PSL (con contestuale presentazione del PSL)	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari,	OS1 OS2 OS3	A/C
	Esposizioni	Eventi destinati a promuovere/divulgare temi e progetti del PSL con esposizioni di foto/vignette/illustrazioni/video ecc.	stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
	seminari	seminario su uno specifico argomento inerente alla SSL	stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS3	A/C
	Tavoli di confronto	Tavoli di confronto VeGAL, beneficiari, imprese	partenariato, stakeholder,	OS2 OS3	A



Campagne pubblicitarie	pubbliredazionali di fine anno sull'avanzamento del PSL o dedicato ad ambito tematico	pubblicazione di 1 articolo su giornale locale e/o nazionale	cittadini, partenariato, stakeholder	OS2 OS4	C
	post/reel/storie su FB e IG in evidenza	almeno 30 post/a da condividere tra FB e IG con obiettivo di aumentare impression+engagement	cittadini, partenariato, stakeholder	OS2 OS4	C
Ufficio stampa	Comunicati stampa	redazione di comunicati stampa relativi alle iniziative, alle attività e ai risultati conseguiti	media	OS1 OS2 OS4	C
Materiali e pubblicazioni	rivista dedicata in modo specifico all'AT3	articoli cultura del cibo ed i suoi legami con il patrimonio enogastronomico locale ed il patrimonio/paesaggio rurale	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
Video e prodotti multimediali	video/reel per i social e/o sito istituzionale	paesaggio rurale, progetti, partenariato, eventi,	cittadini, partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C



Anno di attività	2027				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)
Web e social	Sito web Vegal.net	notizie ed eventi relativi alle attività del PSL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Pagina FB	notizie ed eventi relativi alle attività del PSL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Profilo IG	pubblicazione immagini del territorio relative a interventi finanziati o attività/eventi del GAL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Newsletter bimestrale dedicata al PSL	Informazione sull'avanzamento della SSL (pubblicazione bandi, organizzazione incontri e seminari, appuntamenti, scadenze, ecc.)	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari, media	OS1 OS2 OS4	C
	Magazine periodico (Informatore Europeo)	Approfondimenti/focus su progetti del PSL, interviste mirate, atti dei convegni, incontri ecc.	partenariato, stakeholder, beneficiari, media	OS1 OS2 OS4	C



Eventi e incontri	incontri di presentazione dei bandi e contestuale presentazione del PSL	presentazione dei bandi previsti dal cronoprogramma del PSL (con contestuale presentazione del PSL)	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari,	OS1 OS2 OS3	A/C
	Esposizioni	Eventi destinati a promuovere/divulgare temi e progetti del PSL con esposizioni di foto/vignette/illustrazioni/video ecc.	stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
	seminari	seminario su uno specifico argomento inerente alla SSL	stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS3	A/C
	Tavoli di confronto	Tavoli di confronto VeGAL, beneficiari, imprese	partenariato, stakeholder,	OS2 OS3	A
Campagne pubblicitarie	pubbbliredazionali di fine anno sui risultati dei primi bandi pubblicati	pubblicazione di 1 articolo su giornale locale e/o nazionale	cittadini, partenariato, stakeholder	OS2 OS4	C
	post/reel/storie su FB e IG in evidenza	almeno 30 post/a da condividere tra FB e IG con obiettivo di aumentare impression+engagement	cittadini, partenariato, stakeholder	OS2 OS4	C
Ufficio stampa	Comunicati stampa	redazione di comunicati stampa relativi alle iniziative, alle attività e ai risultati conseguiti	media	OS1 OS2 OS4	C



Materiali e pubblicazioni	rivista dedicata in modo specifico all'AT3	articoli cultura del cibo ed i suoi legami con il patrimonio enogastronomico locale ed il patrimonio/paesaggio rurale	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
Video e prodotti multimediali	video/reel per i social e/o sito istituzionale	paesaggio rurale, progetti, partenariato, eventi,	cittadini, partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C

Anno di attività	2028				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione comunicazione (A-C-A/C)
Web e social	Sito web Vegal.net	notizie ed eventi relativi alle attività del PSL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Pagina FB	notizie ed eventi relativi alle attività del PSL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C
	Profilo IG	pubblicazione immagini del territorio relative a interventi finanziati o attività/eventi del GAL	stakeholder cittadini	OS1 OS2	C



	Newsletter mensile dedicata al PSL	Informazione sull'avanzamento della SSL (pubblicazione bandi, organizzazione incontri e seminari, appuntamenti, scadenze, ecc.)	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari, media	OS1 OS2 OS4	C
	Magazine periodico (Informatore Europeo)	Approfondimenti/focus su progetti del PSL, interviste mirate, atti dei convegni, incontri ecc.	partenariato, stakeholder, beneficiari, media	OS1 OS2 OS4	C
Eventi e incontri	incontri itinerante nei Comuni dell'ATD presso i beneficiari	aggiornamento bandi e interventi su buone pratiche	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari,	OS1 OS2 OS3	A/C
	convegno	presentazione finale dei risultati della SSL / fine programmazione	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari	OS1 OS2 OS3	A/C
	Esposizioni	Eventi destinati a promuovere/divulgare temi e progetti del PSL con esposizioni di foto/vignette/illustrazioni/video ecc.	stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
	Tavoli di confronto	Tavoli di confronto VeGAL, beneficiari, imprese	partenariato, stakeholder,	OS2 OS3	A
Campagne pubblicitarie	pubbliredazionali sui risultati raggiunti, a fine programmazione, dalla SSL	pubblicazione di 1 articolo su giornale locale e/o nazionale e su inserti speciali (Nordest Economia e Sole 24 ore)	cittadini, partenariato, stakeholder	OS2 OS4	C



	post/reel/storie su FB e IG in evidenza	almeno 30 post/a da condividere tra FB e IG con obiettivo di aumentare impression+engagement	cittadini, partenariato, stakeholder	OS2 OS4	C
Ufficio stampa	Conferenza stampa	contestuale al convegno finale di presentazione dei risultati della SSL	media	OS1 OS2 OS4	C
	Comunicati stampa	redazione di comunicati stampa relativi alle iniziative, alle attività e ai risultati conseguiti	media	OS1 OS2 OS4	C
Materiali e pubblicazioni	pieghevole/flyer	aggiornamento con i primi risultati oltre a presentazione del PSL	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
	poster promozionali	aggiornamento con risultati finali per il convegno finale	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
	pubblicazione finale	pubblicazione finale sui risultati del PSL con tutti i progetti realizzati	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
	dossier tematici in forma di pubblicazione	selezione di buone pratiche della SSL, per ognuno degli Ambiti Tematici, AT3 e AT1	partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C



<i>Video e prodotti multimediali</i>	video/reel per i social e/o sito istituzionale	paesaggio rurale, progetti, partenariato, eventi,	cittadini, partenariato, stakeholder, potenziali beneficiari, beneficiari	OS1 OS2 OS4	C
---	--	---	---	-------------------	---



7 - Risorse

Aree di attività	Risorse programmate (euro)				
	2024	2025	2026	2027	2028
Web e social	2.000,00	15.000,00	4.000,00	4.000,00	3.000,00
Eventi e incontri	6.000,00	3.000,00	4.000,00	4.000,00	6.000,00
Campagne pubblicitarie	2.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	5.000,00
Ufficio stampa	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	3.000,00
Materiali e pubblicazioni	28.000,00	5.000,00	4.000,00	4.000,00	14.000,00
Video e prodotti multimediali		3.000,00	1.000,00	2.000,00	1.000,00
Altre attività					
TOTALE annualità	40.000,00	31.000,00	18.000,00	19.000,00	32.000,00
TOTALE complessivo	140.000,00				

Risorse previste nel PSL per SRG06 Azione B categoria B2: 100.000,00 euro

8 - Monitoraggio

Attività di monitoraggio del Piano di Animazione e Comunicazione, si prevede l'elaborazione di un Rapporto annuale di monitoraggio, contenente:

- la verifica del raggiungimento dei target e di avanzamento della spesa pubblica;
- le attività di pubbliche relazioni e relazioni con le Reti;
- la performance delle attività di informazione, comunicazione e animazione;

Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	indicatore	modalità reperimento e restituzione
Web e social	news sito	n.pagine viste e utenti	Piattaforma web analytics
	FB	n.impression e follower	Insights meta



	IG	n.impression e follower	Insights meta
	newsletter	open e click t. rate	Piattaforma email marketing
	magazine periodico	open e click t. rate	Piattaforma email marketing
<i>Eventi e incontri</i>	incontri	numero incontri e numero partecipanti	Foglio firme
	seminari	numero seminari e numero partecipanti	Foglio firme
	convegni	numero convegni e numero partecipanti	Foglio firme
	Esposizioni	numero esposizioni e numero partecipanti	Foglio firme
	tavoli di confronto	numero tavoli e numero partecipanti	Foglio firme
<i>Campagne pubblicitarie</i>	pubbliredazionali	tiratura testate	Dato casa editrice
	post su FB in evidenza	impression	Insights meta
<i>Ufficio stampa</i>	Comunicati stampa	numero di uscite (stampa e online)	Controllo Resp. A.C.
<i>Materiali e pubblicazioni</i>	pieghevole/flyer	numero copie distribuite	Controllo Resp. A.C.
	poster promozionali	numero poster realizzati	Controllo Resp. A.C.
	rivista	tiratura e n. copie distribuite	Controllo Resp. A.C.
<i>Video e prodotti multimediali</i>	dossier fotografico	numero fotografie	Controllo Resp. A.C.
	video/reel	Numero Visualizzazioni	Piattaforma web analytics e Insights meta



9 - GANTT delle attività

	2024		2025		2026		2027		2028	
	I SEM	II SEM	I SEM	II SEM	I SEM	II SEM	I SEM	II SEM	I SEM	II SEM
1 Pianificazione: elaborazione di un piano annuale delle attività di comunicazione										
Piano Comunicazione										
Visual Identity e logo										
2 materiale grafico e iconografico										
cartelline										
dossier tematici										
poster promozionali										
3 video e prodotti multimediali										
dossier fotografico										
videoclip e reel										
4 comunicazione web e social										
Aggiornamento e restyling portale di VeGAL										
news su sito istituzionale										
post FB e IG										
newsletter PSL										
Informatore europeo										
5 ufficio stampa										
comunicato stampa										
6 campagne pubblicitarie										
publiredazionali										
FB e IG in evidenza										
7 eventi e incontri										
Tavoli										
Incontri/convegno										
Seminari										
Esposizioni										
Eventi itineranti										
8 pubblicazioni informative e materiali promozionali										
pieghevole/flyer										
rivista										
pubblicazione finale										