



PSR
2014 2020

LOMBARDIA
L'INNOVAZIONE
METTE RADICI



**Regione
Lombardia**

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

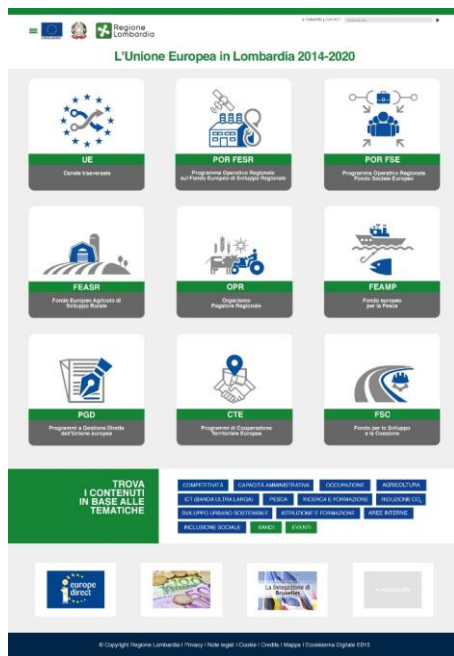
COMITATO di SORVEGLIANZA

Milano, Palazzo Pirelli
14 giugno 2019



**Regione
Lombardia**

Il portale regionale sulla programmazione europea



- Un unico portale di Regione Lombardia con tutte le informazioni sui fondi europei:
POR FESR, FSE e PSR.

- On line con un canale dedicato al PSR:
www.psr.regione.lombardia.it

Il canale web PSR

Psr.regione.lombardia.it

- aggiornamenti sui bandi e sullo sviluppo dei progetti finanziati
- Contenuti spesso rilanciati sui canali social regionali



EVENTO

Progetto Trainagro, 4^a giornata dimostrativa

Contenimento della deriva dei fitofarmaci.
Appuntamento mercoledì 5 giugno all'Agriturismo Cascina Valentino di Pizzighettone (CR)



AVVISO DEL BANDO

PSR 2014-2020 (FEASR): bando Operazione 16.4.01 "Filiera corte", proroga termini

La scadenza per la presentazione delle domande di aiuto si allunga dal 20 al 27 maggio 2019 (ore 16). Dotazione finanziaria di euro 1.600.000,00.



AVVISO DEL BANDO

PSR 2014-2020 (FEASR): Operazione 2.1.01 "Incentivi per l'attività di consulenza aziendale", riconoscimento organismi

Per le aziende agricole, forestali e agli enti gestori del territorio, costituzione e pubblicazione dell'elenco regionale degli organismi, in base a quanto stabilito dal decreto n. 16219 del 9 novembre 2018

Lo stand brandizzato PSR



Regione Lombardia in questa programmazione ha scelto di partecipare a eventi e manifestazioni fieristiche utilizzando uno stand modulare caratterizzato dal logo PSR Lombardia 2014-20.

Fiere del 2018:

- Identità Golose – 3-5 marzo Milano (16.000 visitatori)
- Golosaria – 27-29 ottobre Milano (25.000 visitatori)
- Fiera Internazionale del Bovino da Latte – 24-27 ottobre Cremona (58.000 visitatori).

Campagna di comunicazione



Negli ultimi mesi del 2018 è stata realizzata una campagna di comunicazione pianificata capillarmente sul territorio attraverso:

- spazi pubblicitari presenti nelle edicole (160 edicole)
- spazi web profilati per target e territorio
- stampa su alcune riviste di settore
- radio locali.

La creatività utilizzata insiste sul concetto di crescita: “Seminare, raccogliere, crescere. Il nostro Programma di Sviluppo”.

Produzione video



Sul versante dei materiali di comunicazione, in occasione dell'ultima edizione di Vinitaly è stato realizzato un video per la promozione dei vini della Lombardia, la cui produzione e promozione sui mercati è cofinanziata da fondi comunitari. Il video sarà utilizzato anche sui social.

Ricerca - sondaggio



Negli ultimi mesi del 2018 è stato realizzato da un istituto di ricerca un **sondaggio**

su un campione di aziende agricole, stakeholder e cittadini con l'obiettivo di:

- verificare la conoscenza del programma comunitario e delle attività correlate
- testare la percezione delle opportunità offerte
- ricevere indicazioni utili per la comunicazione.

REGIONE LOMBARDIA

Indagine sul PSR

Obiettivi

Giunti a oltre metà del programma, si è reso necessario fare il punto della situazione sui risultati ottenuti e sulle possibili implementazioni, con l'obiettivo di promuovere più efficacemente le politiche PSR.

Quindi è stata condotta un indagine sui diversi target coinvolti per misurare l'awareness e l'efficacia delle attività svolte e conoscere:

- ✓ quanto il target di riferimento sia informato sulle attività del PSR attive nel territorio lombardo
- ✓ quanto ritenga utili le attività di PSR per lo sviluppo del proprio lavoro
- ✓ quanto ritenga utili le attività di comunicazione sul PSR
- ✓ come sia venuta a conoscenza delle attività di PSR
- ✓ cosa migliorerebbe delle attività di PSR



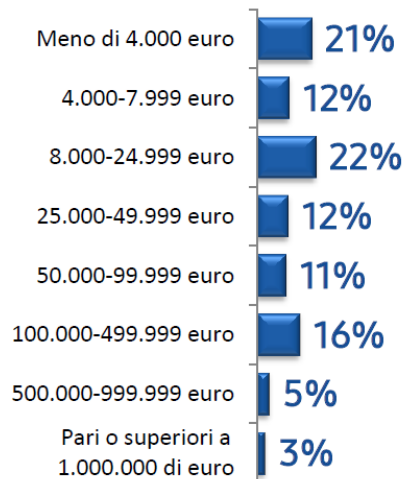
Approccio metodologico

È stata condotta una indagine con metodologia mista CATI/CAWI a 3 campioni delle principali categorie di stakeholder che fanno riferimento al progetto:

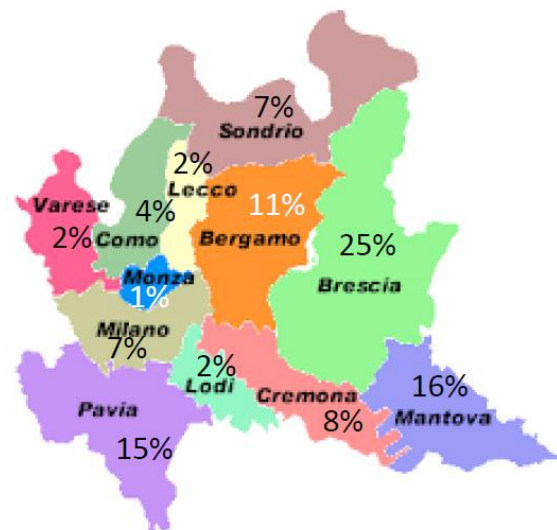
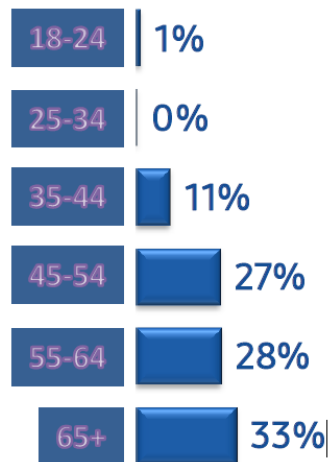
- 400 aziende agricole
- 200 stakeholder tecnici (aziende, GAL, enti locali, organismi del partenariato, media)
- 800 cittadini



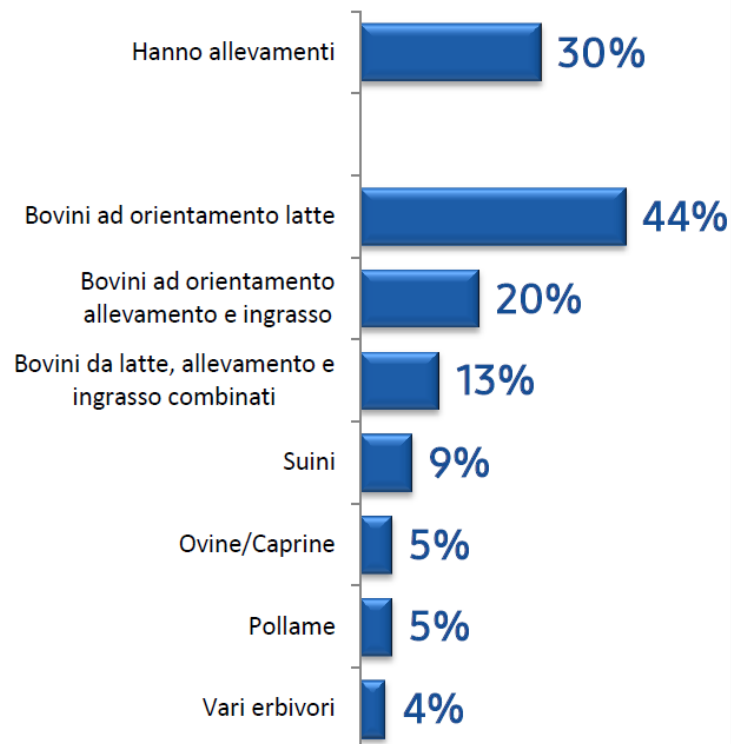
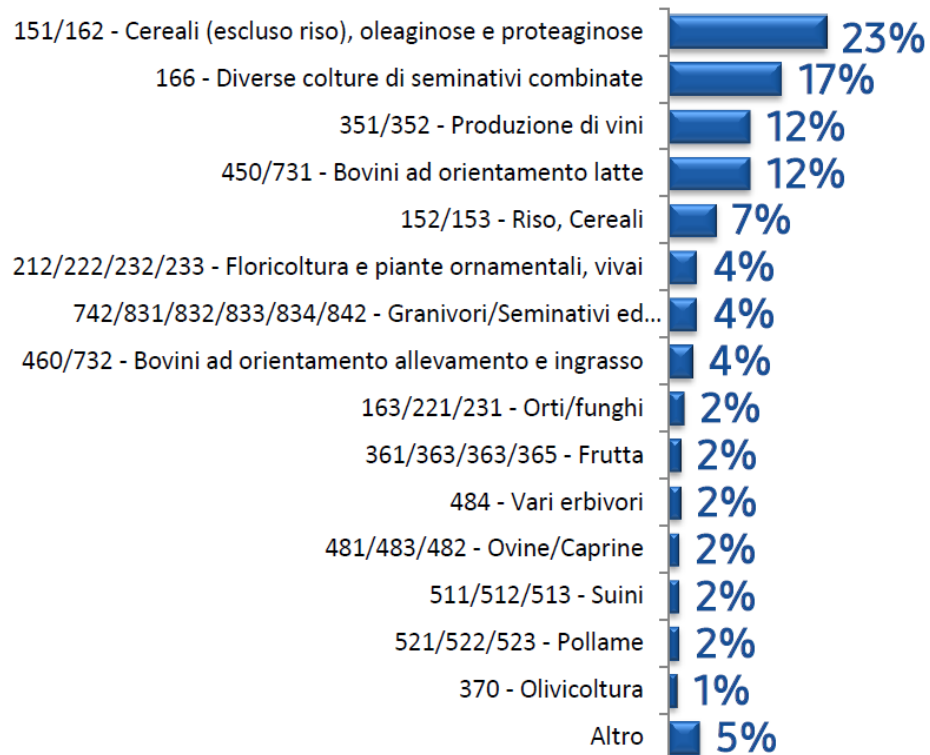
AZIENDE AGRICOLE



Comunità montane
13%



AZIENDE AGRICOLE

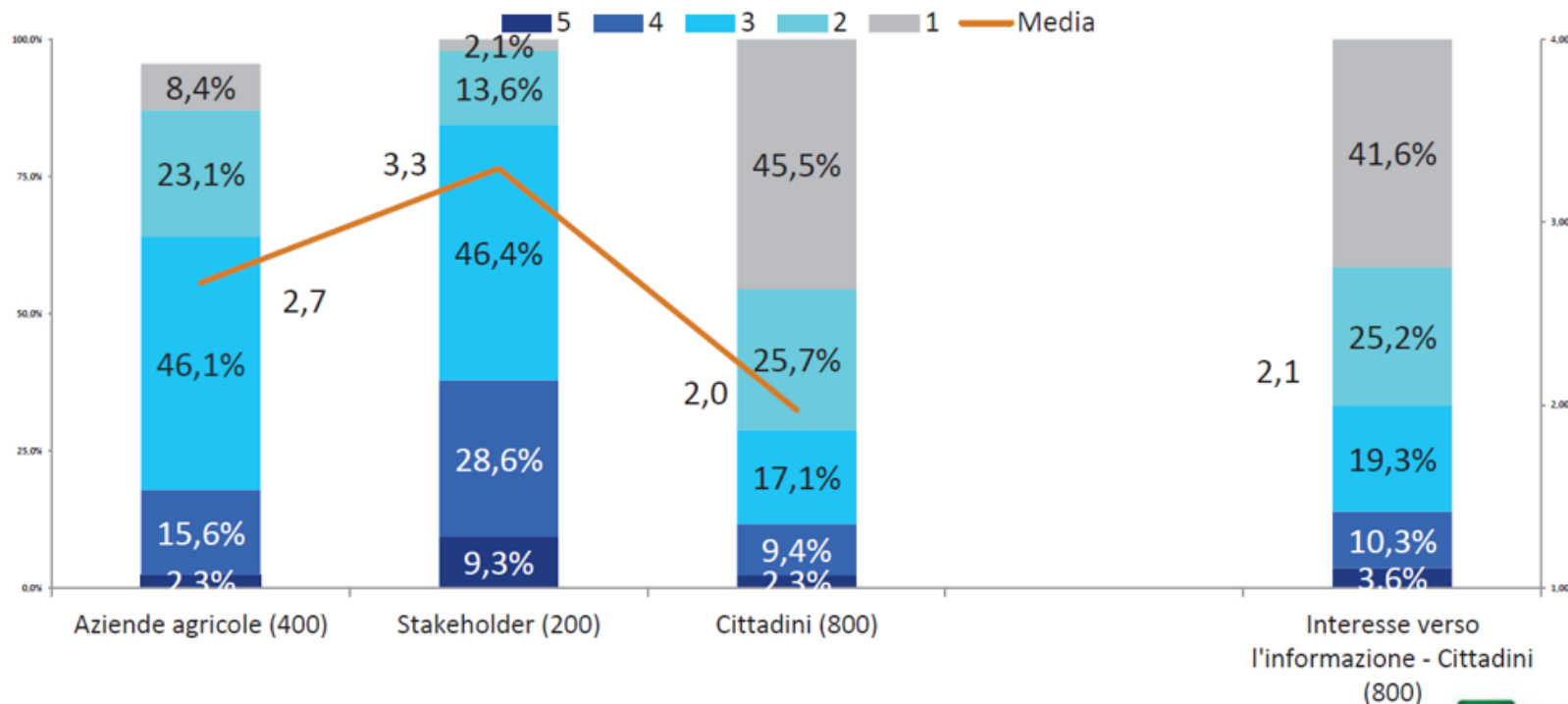


CONOSCENZA DELLE POLITICHE AGRICOLE

Livello di Informazione

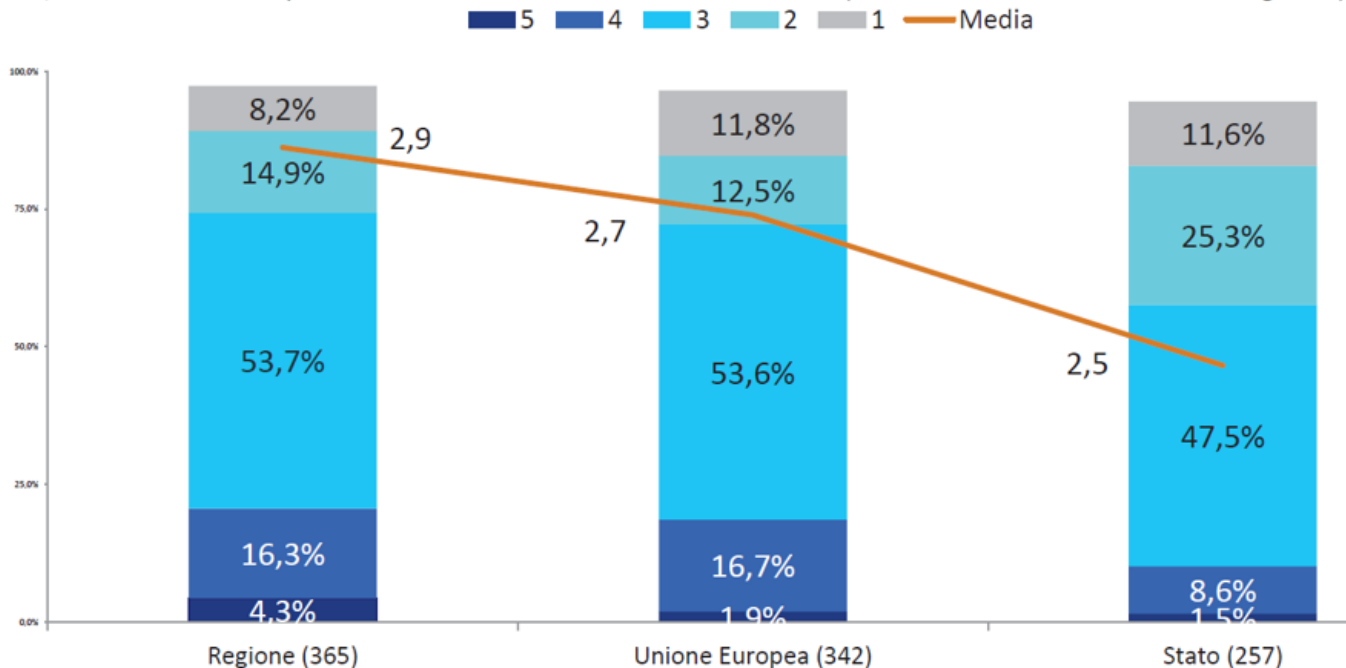
Quanto si ritiene informato sulle politiche attivate dalla nostra Regione a supporto del settore agricolo? Lo esprima sempre con voto da 1 a 5 (1 = pochissimo e 5 = tantissimo)

E le interessa informarsi sulle politiche agricole e i programmi di supporto al settore dell'agricoltura a livello regionale? (per cortesia assegna sempre un punteggio da 1 a 5) (SOLO CITTADINI)



Soddisfazione sull'operato

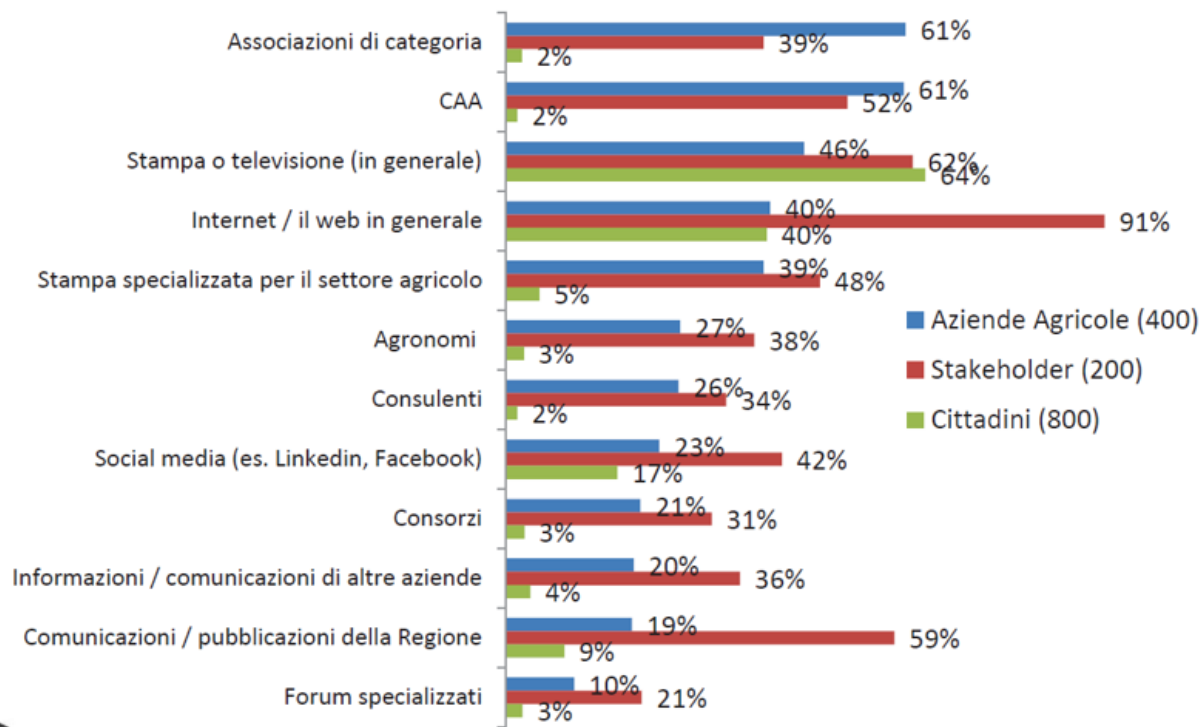
Per ciascuno di questi enti, per cortesia mi indichi quanto si ritiene soddisfatto rispetto all'operato / supporto che le viene erogato in materia agricole, da 1 a 5 dove 1 indica "per niente soddisfatto" e 5 "estremamente soddisfatto" (i voti intermedi servono a calibrare il Suo giudizio)



Base: Aziende agricole che ritengono che l'ente operi sulle politiche agrarie

Fonti utilizzate per informarsi

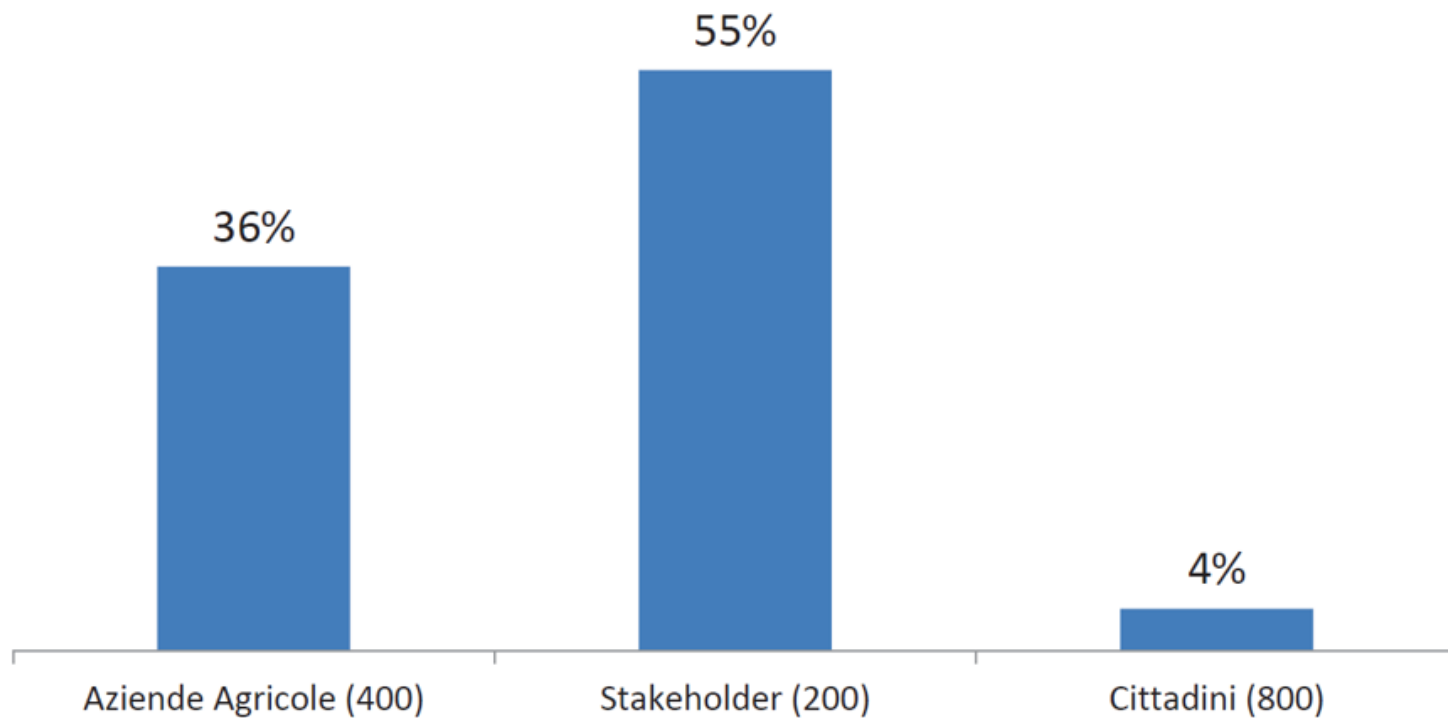
Quali fonti utilizza per informarsi sulle opportunità o programmi di supporto alle attività agricole a livello regionale?



Base: Rispondenti dei 3 target

Conoscenza del PSR

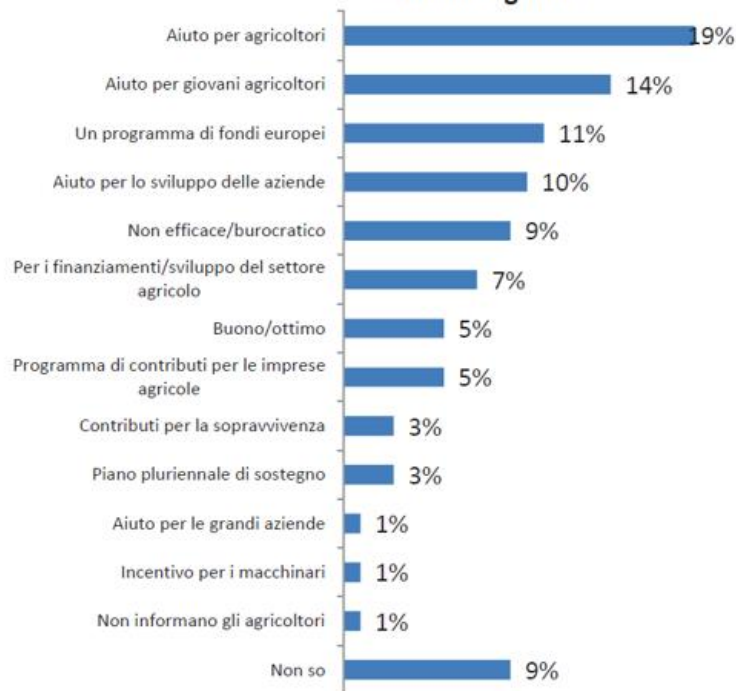
Lei personalmente conosce il Programma di Sviluppo Rurale?



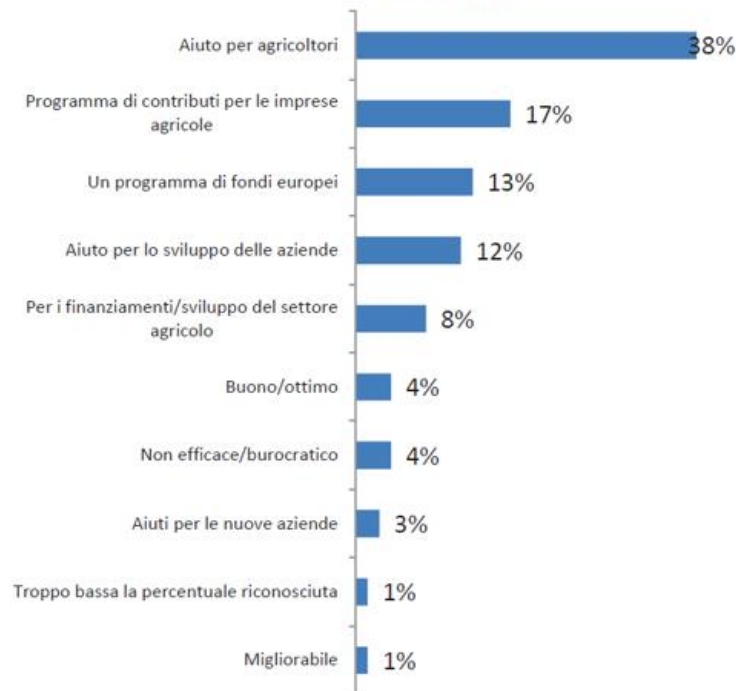
Definizione del PSR

Può darne una Sua definizione, anche solo indicativamente?

Aziende agricole



Stakeholder



Base: Aziende agricole che conoscono il PSR (145)

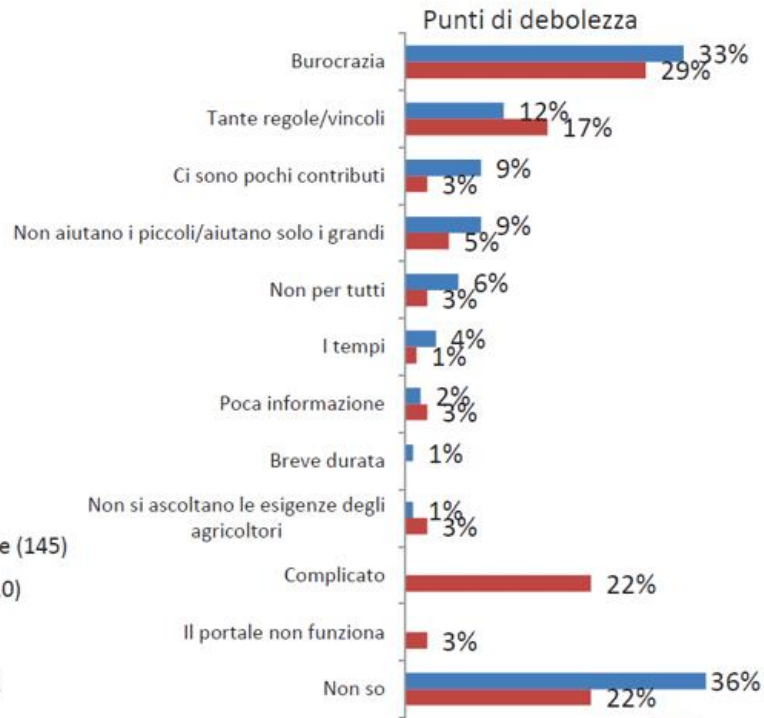
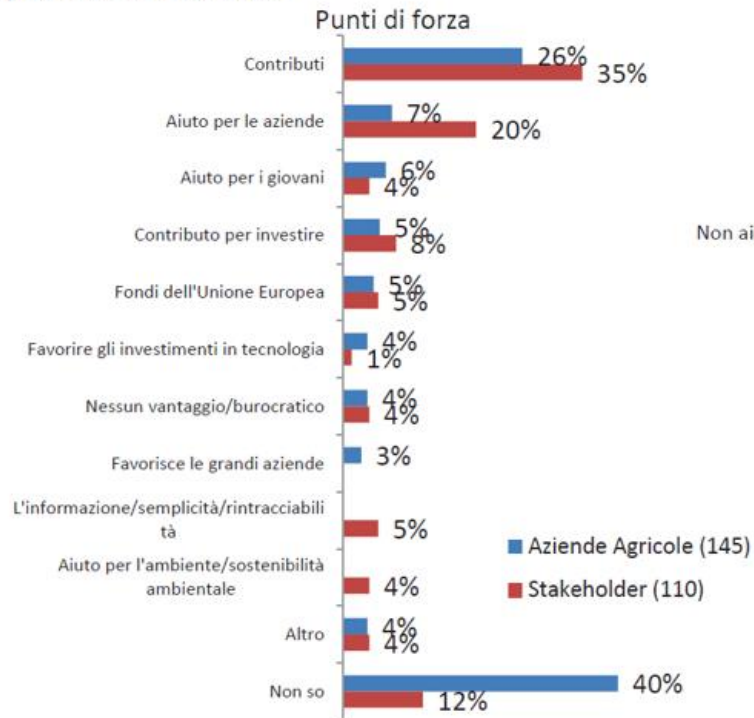
Base: Stakeholder che conoscono il PSR (110)



Punti di forza e debolezza

A suo parere, qual è il principale punto di forza del PSR?

E il principale elemento di debolezza?



Sintesi

Ci troviamo di fronte a 3 universi distinti e con esigenze diversificate:

- I **cittadini**, meno interessati e coinvolti nei tecnicismi
- Gli **stakeholder tecnici, i più preparati e coinvolti** nelle varie fasi del processo, e anche quelli con una visione più strategica del contesto
- Le **aziende agricole**, variegata per dimensioni, con una prevalenza di imprenditori non giovani (33% sopra i 65 anni e 61% sopra i 55).

Gli **stakeholder tecnici/intermediari** dimostrano un diverso grado di attenzione e interesse rispetto alle aziende agricole:

- sono informati: si informano in maniera attiva, cercano fonti accurate e specifiche
- valutano positivamente le attività di comunicazione di Regione
- hanno una conoscenza precisa e profonda del PSR, anche perché spesso hanno un ruolo più operativo
- hanno una visione strategica del PSR: lo considerano certamente come un aiuto agli agricoltori ma ne vedono anche le spinte allo sviluppo e soprattutto non lo considerano come strumento di mera sopravvivenza per le aziende.