

**ASSOCIAZIONE G.A.L.
“PREALPI E DOLOMITI”**

Provincia di Belluno

C.A.P. 32036 – Piazza della Vittoria, 21 - C.F. 93024150257

DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO DIRETTIVO

N. 15

**Copia
del 08/04/2020**

Oggetto: PSR Veneto 2014/2020 – PSL #facciamolonoio2020: la rete che crea sviluppo - SottoMisura – Misura 19 Intervento 19.4.1 “Sostegno alla gestione ed all’animazione territoriale del GAL” – Valutazione strategia di comunicazione ed informazione, linee di indirizzo attività 2020.

L’anno duemila duemilaventi il giorno 08 del mese di aprile alle ore 15:00 in videoconferenza Skype, a seguito di convocazione disposta dal Presidente si è riunito il Consiglio Direttivo nelle persone dei Signori:

1	ALBERTO PETERLE	UNIONE MONTANA ALPAGO	Presidente	Componente pubblica	Pubblico
2	PAOLO PERENZIN	COMUNE DI FELTRE	Vice Presidente	Componente pubblica	Pubblico
3	LUCA COSUL CUFFARO	CONFEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTORI	Consigliere	Componente privata/parti sociali ed economiche	Settore Primario
4	DE TOFFOL FRANCESCO	CONFCOMMERCIO BELLUNO	Consigliere	Componente privata/parti sociali ed economiche	Settore terziario
5	CRISTIAN SACCHET	APPIA - CNA BELLUNO	Consigliere	Componente privata/parti sociali ed economiche	Settore secondario

Assume la presidenza il Presidente Alberto Peterle che constatato il numero legale degli intervenuti, dichiara aperta la seduta e passa alla trattazione dell’argomento di cui all’oggetto.

Partecipa alla seduta il dott. Matteo Aguanno, Direttore Tecnico del GAL che il Presidente nomina Segretario e provvede alla stesura del presente verbale.

Premessa

Il Presidente espone quanto segue:

Tra i compiti assegnati al Gal rientra la realizzazione di attività di animazione e comunicazione nei confronti dei seguenti target: beneficiari e potenziali beneficiari delle misure previste dal programma; portatori d’interesse; soggetti del partenariato; cittadinanza. Le attività di animazione e comunicazione sono finalizzate a diffondere la conoscenza delle opportunità promosse dall’Unione Europea sul territorio e a garantire un’equa ed efficace partecipazione a tutti i livelli. Tale azione di comunicazione assume, se possibile, un’importanza ancor maggiore nell’ambito del progetto Leader e dei Gal, in virtù del fatto che essi fondano la loro ragion d’essere sull’approccio partecipativo e sulla capacità di fare emergere le risorse e le specificità territoriali.

Il Tipo Intervento 19.4.1 “Sostegno alla gestione e all’animazione territoriale del GAL” (DGR n. 1214 del 15 settembre 2015) sostiene le azioni necessarie alla comunicazione, alla diffusione di informazioni, alla promozione della Strategia di Sviluppo Locale.

Al fine di conoscere ed approfondire i dati più significativi inerenti l’attività di animazione e comunicazione realizzata dal Gal Prealpi e Dolomiti, con particolare riferimento all’annualità 2019, gli uffici hanno prodotto il documento “*Valutazione strategia di comunicazione ed informazione, linee di indirizzo attività 2020*”, finalizzato ad informare sulle attività e sui risultati raggiunti e a condividere le linee di intervento cui si darà corso nel residuo periodo di programmazione, con particolare riferimento all’attività di comunicazione rivolta alla cittadinanza.

Tutto ciò premesso, sottoposto il documento sopracitato all’attenzione del Consiglio, il Presidente propone la sua approvazione.

IL CONSIGLIO DIRETTIVO

VISTO il Regolamento (UE) n. 1305/2013 del 18/12/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del fondo Europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e che abroga il regolamento (CE) n. 1698/2005;

VISTO il Programma di Sviluppo Rurale del Veneto 2014-2020 approvato con decisione della Commissione Europea n. 3482 del 26 maggio 2015 e ratificato dalla Regione del Veneto con la deliberazione della Giunta Regionale n. 947 del 28 luglio 2015. Il testo del PSR Veneto 2014-2020 è stato modificato per effetto della decisione di esecuzione della Commissione Europea n. C (2016) 988 del 15 febbraio 2016.

VISTA la Deliberazione della Giunta Regionale n. 214 del 3 marzo 2016 con cui è stato approvato il testo modificato del PSR 2014-2020;

VISTA la Deliberazione della Giunta Regionale n. 1214 del 15/09/2015 con cui è stata approvata l’apertura dei termini di presentazione delle domande di aiuto della Misura 19-

Sostegno allo sviluppo locale LEADER - SLTP Sviluppo Locale di Tipo Partecipativo, in particolare l’Allegato tecnico 12.3.2

RICHIAMATA la propria deliberazione n. 4 del 21/03/2016 con la quale è stato approvato il Programma di Sviluppo Locale *#facciamolono2020: la rete che crea sviluppo* redatto secondo le disposizioni della DGR n.1214 del 15/09/2015 e ss.mm.ii – Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2014-2020 – Bando Pubblico Reg. UE 1303/2013, att. 32-35 – Reg.UE 1305/2013, art. 42,44 – Misura 19.4.1 “Sostegno alla Gestione e all’animazione territoriale del GAL”;

VISTA la DGR n. 1547 del 10 ottobre 2016 con la quale sono stati approvati i Gruppi di Azione Locale e relativi PSL con la spesa programmata per i diversi tipi di intervento e sono state disposte, ai sensi del paragrafo 7.3 del Bando (allegato B alla DGR n. 1214/2015), le procedure per l’attivazione dei PSL, prevedendo la presa d’atto di tale approvazione e delle rispettive prescrizioni, attraverso apposito atto da parte dei GAL;

VISTA la Delibera dell’Assemblea degli Associati del GAL Prealpi e Dolomiti n. 5 del 01 dicembre 2016 ad oggetto: “PSL 2014-2020 “*#facciamolono2020: la rete che crea sviluppo*” – Presa d’atto della Dgr 1547 del 10/10/2016 di approvazione del PSL e delle relative prescrizioni per l’avvio delle procedure necessarie all’attivazione della strategia”.

VISTA la DGR n. 1972 del 06 dicembre 2016 ad oggetto: “Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2014-2020. DGR n. 1214 del 15.09.2015 - Misura 19 - Sostegno allo sviluppo locale LEADER. Integrazione disposizioni tecnico operative. Regolamenti (UE) n. 1303/2013 e n. 1305/2013” ed in particolare l’Allegato A) par. 2.3 punto 2, 3, 4 e 5;

RAVVISATA la necessità di informare sulle attività e sui risultati raggiunti e a condividere le linee di intervento cui si darà corso nel residuo periodo di programmazione, con particolare riferimento all’attività di comunicazione rivolta alla cittadinanza, verificandone la coerenza con quanto descritto nel quadro 9.1. “Gestione ed animazione del PSL”;

VISTO il documento “*Valutazione strategia di comunicazione ed informazione, linee di indirizzo attività 2020*” elaborato dagli uffici del Gal, che analizza le azioni di comunicazione fino ad oggi adottate al fine di assicurare l’animazione generale sul territorio, il coinvolgimento delle popolazioni locali e l’informazione in merito alle attività del gal.

RICHIAMATA l’attenzione dei presenti nel rispetto degli obblighi previsti dalla DGR n. 1214/2015, in particolare in materia di conflitto d’interessi, trasparenza dei processi decisionali e garanzia che almeno il 50% dei voti espressi nelle decisioni di selezione provenga da partner che sono autorità non pubbliche;

RICHIAMATA l’attenzione dei presenti sull’obbligo del rispetto del principio di non conflitto d’interessi, con riferimento al regolamento interno approvato con Delibera del Consiglio Direttivo n. 42 del 19/09/2018, relativo ai specifici standard organizzativi ed operativi in grado di identificare, verificare, monitorare e governare tutte le possibili situazioni di conflitto di interesse.

SENTITA la dichiarazione dei presenti sulla insussistenza di conflitto di interessi in merito all’oggetto della deliberazione da adottare.

Ad unanimità di voti palesi

DELIBERA

- Di richiamare le premesse quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
- Di approvare il documento “*Valutazione strategia di comunicazione ed informazione, linee di indirizzo attività 2020*”, allegato A) parte integrante alla presente deliberazione;
- Di confermare che la presente deliberazione è stata adottata nel rispetto degli obblighi previsti dalla DGR n. 1214/2015, in particolare a garanzia che almeno il 50% dei voti espressi nelle decisioni di selezione provenga da partner che sono autorità non pubbliche;
- Di confermare che la presente deliberazione è stata adottata nel rispetto degli obblighi previsti dalla DGR n. 1214/2015, in particolare in materia di conflitto d’interessi e trasparenza dei processi decisionali.

Il Segretario
f.to Dott. Matteo Aguanno

Il Presidente
f.to Dott. Alberto Peterle

ATTIVITÀ COMUNICATIVA PSL #FACCIAMOLONOI

Valutazione strategia di comunicazione ed informazione, linee di indirizzo attività 2020

Premessa

Tra i compiti assegnati al Gal rientra la realizzazione di attività di animazione e comunicazione nei confronti dei seguenti target: beneficiari e potenziali beneficiari delle misure previste dal programma; portatori d'interesse; soggetti del partenariato; cittadinanza. Le attività di animazione e comunicazione sono finalizzate a diffondere la conoscenza delle opportunità promosse dall'Unione Europea sul territorio e a garantire un'equa ed efficace partecipazione a tutti i livelli. Tale azione di comunicazione assume, se possibile, un'importanza ancor maggiore nell'ambito del progetto Leader e dei Gal, in virtù del fatto che essi fondano la loro ragion d'essere sull'approccio partecipativo e sulla capacità di fare emergere le risorse e le specificità territoriali.

La presente relazione presenta i principali dati sulla conoscenza del PSL e del Gal tratti da un'apposita indagine realizzata nell'ambito del PSR Veneto e fornisce una sintesi aggiornata dei dati più significativi inerenti l'attività di animazione e comunicazione realizzata dal Gal Prealpi e Dolomiti, con particolare riferimento all'annualità 2019.

La nota è finalizzata a informare delle attività e dei risultati raggiunti e a condividere le linee di intervento cui si darà corso nel residuo periodo di programmazione, con particolare riferimento all'attività di comunicazione rivolta alla cittadinanza.

La presente nota informativa si basa sulle seguenti fonti:

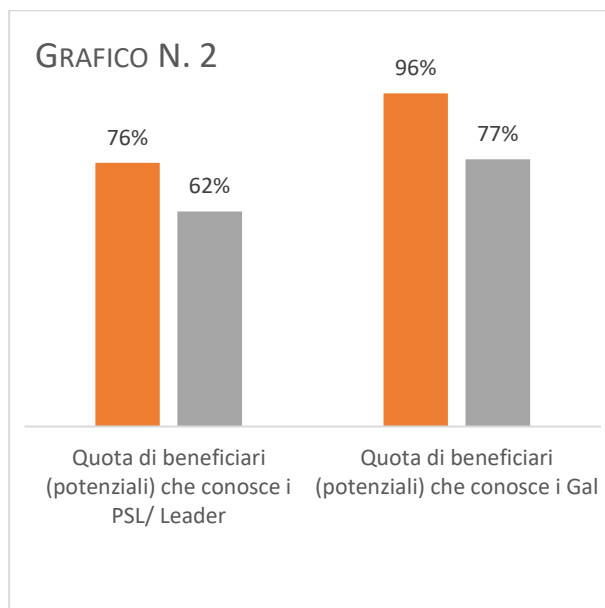
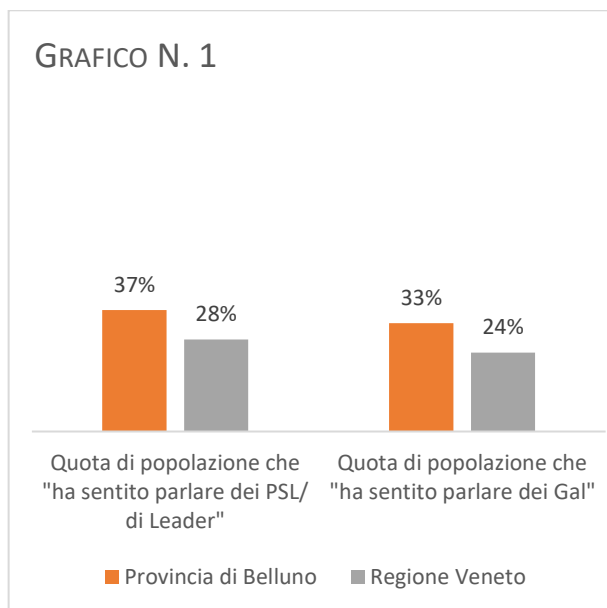
- **Relazione valutativa intermedia sull'attività comunicativa del PSL;**
- **Indagine intermedia sull'attività di comunicazione del PSR Veneto;**
- **Carta dei Servizi del Gal Prealpi e Dolomiti;**
- **Rapporto annuale 2019;**

La conoscenza dei Programmi di sviluppo locale e del Gal tra la popolazione locale e tra i beneficiari potenziali

Nel corso del 2019 il Gal Prealpi e Dolomiti ha predisposto una relazione valutativa intermedia, basata sui dati relativi alle attività di animazione e comunicazione realizzate in riferimento al PSL nonché sui risultati dell'indagine condotta dal valutatore indipendente del PSR, finalizzata a rilevare – tra le altre informazioni - il livello di conoscenza del PSR, dei PSL e dei Gal tra i beneficiari potenziali e nella popolazione. I dati di tale indagine, realizzata ad aprile 2019, individuano per la provincia di Belluno una conoscenza di Leader e dei Gal più diffusa di quella che si riscontra nella media regionale (Grafici 1 e 2), probabilmente anche in considerazione del fatto che la provincia di Belluno è l'unica, assieme a quella Rovigo, interamente coperta da Leader, tramite i due Gal che vi insistono.

Tra la popolazione¹ il livello di conoscenza permane tuttavia molto limitato (Grafico 1), soprattutto se si considera che la quota di quanti dispongono di una conoscenza perlomeno sommaria dei contenuti e delle attività è limitata al 5-7% (senza particolari differenze tra Belluno e il dato regionale) mentre tutti gli altri dichiarano di conoscere "solo di nome" i Gal e l'iniziativa Leader.

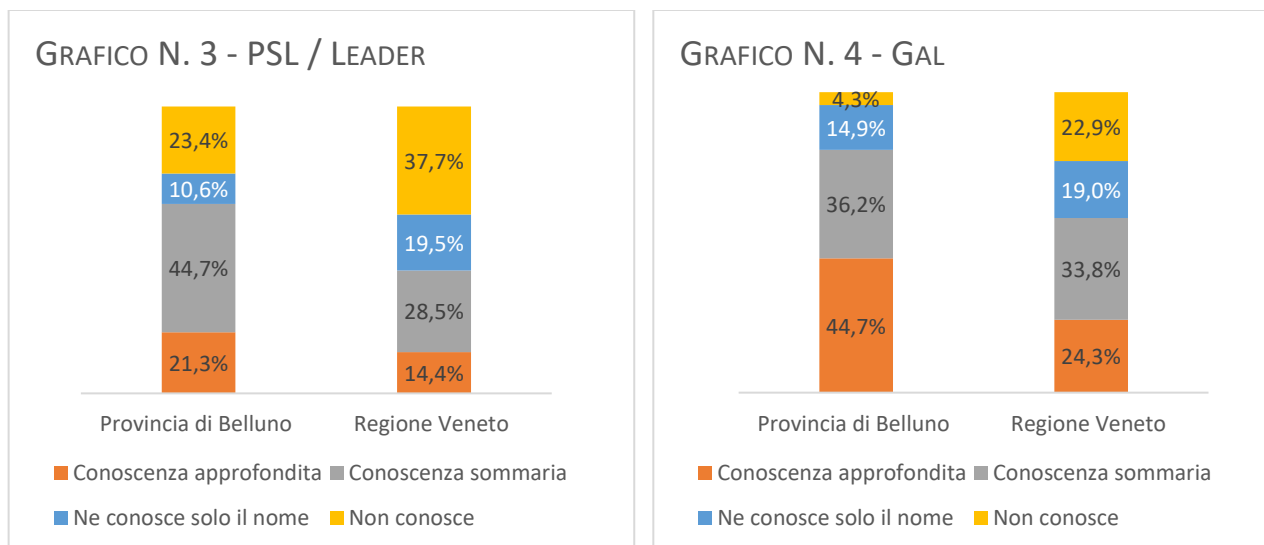
Per quanto riguarda i potenziali beneficiari² (Grafico 2), si evidenzia una maggiore conoscenza del soggetto Gal piuttosto che dei Programmi di Sviluppo Locale, all'opposto di quanto avviene presso il largo pubblico. Questo elemento si riscontra sia in provincia che a livello regionale.



¹ Campione regionale costituito da 1.200 casi. Subcampione provinciale costituito da 118 casi (9,8% del totale). Interviste telefoniche e web based realizzate nel mese di aprile 2019.

² Campione regionale costituito da 602 beneficiari e potenziali beneficiari del PSR. Subcampione provinciale costituito da 65 casi, 10,8% del campione regionale.

I potenziali beneficiari dispongono, com'è naturale, di una conoscenza più approfondita, oltre che più diffusa. Anche in questo caso i dati locali sono più positivi di quelli regionali (grafici 3 e 4). In particolare si rileva come quasi la metà dei beneficiari potenziali bellunesi dichiara una conoscenza approfondita del Gal.



Il confronto con una precedente indagine del 2015 consente inoltre di rilevare come, in provincia di Belluno, il livello di conoscenza del Gal e di Leader tra la popolazione sia diminuito, mentre all'opposto è migliorata la consapevolezza degli operatori (beneficiari potenziali).

Ancora, l'indagine consente di trarre alcune indicazioni sui canali adottati da cittadinanza e beneficiari per quanto attiene l'informazione legata alle politiche di settore e alle iniziative della Regione Veneto. Sotto questo profilo si evidenzia:

- per il largo pubblico un prevalente ricorso all'informazione "passiva", di tipo *push* (con riguardo ai temi in oggetto) e di conseguenza una relativa tenuta del canale televisivo, che rimane il primo strumento di informazione, seguito da stampa e canali web;
- per i potenziali beneficiari – chiaramente - un maggior ricorso all'informazione *pull* ovvero alla ricerca attiva delle notizie tramite web, mail, canali associativi e istituzionali. Anche i giornali sono molto utilizzati come canale informativo da questo target, in misura superiore alla televisione.

Le attività di animazione e comunicazione 2019. Le principali direttrici

Nel corso del **2019** l'impegno del Gal per quanto riguarda l'attività di comunicazione pubblica ha privilegiato in particolare **tre direttrici principali**:

- l'organizzazione di **percorsi formativi e informativi rivolti ai potenziali beneficiari**, che nel corso del 2019 ha portato a realizzare **11 incontri** pubblici, che hanno raccolto complessivamente **517 partecipanti**. Su questo fronte va segnalato soprattutto il **ciclo d'incontri** denominato **"Valbelluna naturalmente sostenibile"**, collegato ai bandi 6.4.1 e 6.4.2, finalizzato a promuovere una consapevolezza comune sui temi del turismo coniugato alla dimensione della sostenibilità. I dati indicano una partecipazione al corso molto significativa (**321 presenze** complessive nelle tre giornate) e un riscontro importante in termini di numero di domande di finanziamento pervenute, soprattutto in riferimento al bando a valere sul T.I. 6.4.2, che ha prodotto 63 domande presentate, di cui 54 ammesse e 25 finanziate.
- **l'attività realizzata nelle scuole** e finalizzata alla **sensibilizzazione** delle giovani generazioni rispetto ai **temi della sostenibilità**, che ha visto nel 2019 la realizzazione di due incontri presso due plessi scolastici del territorio (rispettivamente Liceo G. Dal Piaz di Feltre e Istituto Catullo di Belluno) in cui sono stati presentati i risultati ottenuti dal progetto "Goccia", buona pratica dell'università Tor Vergata tesa alla riduzione della carbon footprint. Gli incontri hanno coinvolto **almeno 500 studenti** e sono stati attivati su richiesta presso istituti particolarmente interessati alle tematiche ambientali, con l'obiettivo di diffonderne la possibile applicazione.
- la prosecuzione della **campagna di comunicazione audiovisiva** avviata nel 2018, con la realizzazione della rubrica televisiva **"Facciamolo noi - Storie di sviluppo condiviso tra Prealpi e Dolomiti"**, che alla data del **31/12/2019** ha mandato in onda 10 puntate, di cui 7 nel 2019 (**box 1**). Ciascuna puntata è andata in onda 5 volte sulle emittenti locali **Telebelluno** e **Teledolomiti**, per un totale di 35 messe in onda nel 2019. I video con le puntate integrali sono inoltre pubblicati sul canale **Youtube**. La rubrica è costruita per tematismi e affronta in ciascuna puntata un argomento diverso, avvalendosi delle riprese realizzate ad hoc sul territorio e delle interviste con i beneficiari pubblici e privati. Oltre alle puntate televisive, della durata di 15 minuti, i materiali e le registrazioni raccolte hanno condotto a realizzare una rubrica dal titolo **"Facciamolo noi social. Le nostre storie in... pillole"**, costituita da brevi video, della durata di 1

minuto – 1 minuto e mezzo. Si evidenzia inoltre come la rilevanza e la qualità di questi materiali ha permesso al Gal di essere selezionato a livello europeo dalla Rete FARNET tra gli 8 Gal ai quali è stata data la possibilità di partecipare con il proprio video al Seminario Europeo CLLD, tenutosi a Bruxelles il 3 e 4 dicembre 2019.

Box 1. La campagna di comunicazione audiovisiva "Facciamolo noi - Storie di sviluppo condiviso tra Prealpi e Dolomiti". Dati al 31/12/2019

Tipologia di attività	Tipologia di azioni / strumenti	Descrizione	Indicatore	Valore
Campagna di comunicazione audiovisiva	Campagne TV su emittenti locali	Rubrica televisiva "Facciamolo noi - Storie di sviluppo condiviso tra Prealpi e Dolomiti"	Puntate n.	10
			Passaggi TV n.	50
			Canali TV utilizzati n.	2 (Telebelluno e Teledolomiti)
	Materiali multimediali	"Pillole" video facciamolono social	Materiali prodotti n.	40
			Visualizzazioni n.	da 100 a 3.600 a visualizz. a video

La comunicazione sui canali web e social. I dati al 2019

Le attività sopra descritte si sono aggiunte alla comunicazione gestita dal Gal Prealpi e Dolomiti tramite il **sito web** e i **canali social**, i cui dati principali riferiti al 2019 sono riepilogati nel **box 2**. I dati mostrano una **crescita degli accessi e della popolarità** dei canali web e social adottati dal Gal Prealpi e Dolomiti:

- nel corso del 2019 il sito web ha avuto 20.725 accessi con un numero di pagine visualizzate pari a 68.718; entrambe i valori sono in marcata crescita al 2019 (rispettivamente +43% e +30%);
- in crescita è anche il numero di "like" registrati dalla pagina Facebook (3.419 versus i 3.004 del 2018), soprattutto se si considera che il numero di post pubblicati (191) è inferiore rispetto a quello dell'anno precedente (270);

- in lieve crescita è anche il profilo Twitter, seguito da 722 follower al 31.12.2019 (erano 686 a fine 2018);
- in crescita infine è anche il dato associato al canale Youtube, che con 1.875 visualizzazioni conosce una variazione percentuale del 5% circa rispetto all'anno precedente.

Nel corso dell'anno 2019 sono state inoltre pubblicate n. 20 newsletter (21 nel 2018), inviate ai 1.416 soggetti iscritti. Il numero di iscritti conosce un ulteriore lieve incremento nell'ultimo anno (+6%) dopo la forte crescita registrata nel 2018 (+35% sul 2017).

Box 2. Canali e attività web e social gestiti dal Gal Prealpi e Dolomiti. Dati relativi all'anno 2019

Tipologia di attività	Tipologia di azioni / strumenti	Descrizione	Indicatore	Valore	Var. % su 2018
Web, social e multimedia	Sito Internet	www.galprealpidolomiti.it	Accessi n.	20.725	+43%
			Visualizzazioni pagina uniche n.	68.718	+30%
	Social media	Facebook	Post n.191	191	-29%
			Mi piace n.	3.419	+14%
		Twitter	Followers n.	722	+5%
		Youtube	Visualizzazioni n.	1.875	+5%
	Prodotti informativi online periodici	Newsletter	Uscite n.	20	-5%
			Utenti n.	1.416	+6%

La relazione valutativa intermedia sull'attività comunicativa del PSL *#facciamolono*i fornisce alcune indicazioni qualitative interessanti riguardo ai canali social del Gal e alla rispettiva utenza, utili a meglio contestualizzare il dato numerico.

Una prima valutazione è quella che riguarda il canale Youtube, che pur essendo la piattaforma social predominante in Italia, non genera nel caso del Gal numeri tali da

ritenersi significativi. L'aumento delle visualizzazioni a fronte della produzione della rubrica FACCIAMOLO NOI permane contenuto e soprattutto si registra un numero limitato di iscritti al canale (44). Questi dati portano nel complesso a ritenere il canale Youtube poco efficace ai fini della comunicazione di un soggetto istituzionale quale è sostanzialmente il Gal.

Una seconda considerazione è quella che riguarda il canale Twitter. Rispetto a questo canale comunicativo va segnalata la scelta di progressivo disinvestimento da parte del Gal, motivata dal fatto che il tipo di comunicazione consentito da questo canale si sovrappone sostanzialmente a quello di altri canali (sezione news del sito, newsletter, facebook) ponendo al contempo maggiori vincoli, dati dalla limitata diffusione dello strumento e dalle caratteristiche del messaggio (limitato numero di caratteri, notizie solo testuali).

Infine, alcune considerazioni d'interesse riguardano il canale Facebook, che (al 2019) permane il terzo canale social più utilizzato in Italia (81%), dopo Youtube e Whatsapp. Dalle analisi operate nella relazione valutativa intermedia si desume innanzitutto una "copertura organica" (numero di persone cui sono mostrati i post) in aumento, collegata non alla quantità dei post pubblicati quanto all'interesse che tali post sono in grado di suscitare, in termini di commenti, condivisioni e *like*. Si rileva inoltre che i contenuti multimediali - in particolare i video - tendenzialmente consentono di aumentare l'interazione e l'interesse dell'utente.

Considerando le caratteristiche dell'utenza, tuttavia, si registra una sostanziale assenza tra i *followers* della fascia d'età più giovane (18-24 anni) e una limitata capacità di *coinvolgere* i *followers under 35*. Il cluster più attivo è dato dalle donne tra i 55 e i 64 anni.

Conclusioni e indirizzi

In sintesi i dati relativi alla **conoscenza del Gal e delle opportunità previste dal PSL** individuano **tra i potenziali beneficiari** un livello di conoscenza relativamente elevato, ma che può essere migliorato soprattutto per quanto riguarda i contenuti del Programma di Sviluppo Locale.

Per quanto riguarda il **largo pubblico** invece, i dati evidenziano una **limitata conoscenza** delle opportunità connesse al PSL e una scarsa notorietà del Gal, con valori in discesa rispetto al 2015; le analisi relative ai canali social individuano inoltre una **difficoltà a intercettare l'interesse delle generazioni più giovani**.

Sul fronte dei **canali web e social**, le valutazioni operate confermano la validità dell'approccio perseguito (tutti gli indicatori sono in crescita).

Si ritiene pertanto che la strategia da adottare nell'anno in corso sia quella di **confermare**, in vista del prossimo periodo di programmazione, gli **strumenti** fin qui **adottati**:

- *percorsi formativi e informativi;*
- *animazione territoriale e canali dedicati quali newsletter e sezione news del sito;*
- *canali social (youtube, facebook, twitter).*

Si propone inoltre di valutare l'opportunità di apportare alcuni correttivi al mix di strumenti utilizzati:

- ***l'apertura di un profilo Instagram**, in quanto social network versatile e a elevata diffusione, soprattutto tra gli studenti e i giovani adulti;*
- ***Inquadramento strategico e messa a sistema del Gal nelle diverse piattaforme social;***
- ***Mantenimento attività di Monitoraggio/verifica risultati.***