





**PSR ABRUZZO 2014-2022**

**Dipartimento Agricoltura**

**Attività di comunicazione e**

**informazione sui risultati**

**e il valore aggiunto del sostegno del PSR**

*Artt. 51 e 66 del Reg. (UE) n.1305/2013*

*Art. 13 del Reg. (UE) n. 808/2013*

Aggiornato al mese di novembre 2024

Sommario

[**1.** **I principali elementi della Strategia di Comunicazione del PSR Abruzzo 2014-2022** 2](#_Toc182840466)

[**1.1 OBIETTIVI, TARGET E GOVERNANCE** 2](#_Toc182840467)

[**1.2 INDICATORI DI PERFORMANCE** 4](#_Toc182840468)

[**2.** **Attività di comunicazione e informazione realizzate nell’anno 2024** 5](#_Toc182840469)

[**3.** **L’analisi dei dati di monitoraggio** 8](#_Toc182840470)

# **1.** **I principali elementi della Strategia di Comunicazione del PSR Abruzzo 2014-2022**

## **1.1 OBIETTIVI, TARGET E GOVERNANCE**

Nel rispetto di quanto previsto dalla normativa europea, nello specifico dai Reg. (UE) n.1305/2013 e Reg. (UE) n. 808/2013, la Strategia di Comunicazione definita dal PSR Abruzzo si pone le seguenti principali finalità:

* **sensibilizzare il pubblico (*public awareness*) di riferimento sul ruolo svolto dall’Unione Europea**, in collaborazione con le Autorità nazionali e locali, in favore dell’attuazione dell’intervento, aumentando in modo trasparente la conoscibilità del sostegno fornito dal FEASR;
* avviare le azioni intese a **far conoscere ai target di riferimento le opportunità di finanziamento nell’ambito del Programma**, nonché le modalità attuative degli interventi finanziati, i risultati raggiunti e i loro impatti.

A partire da tali **obiettivi** generali sono stati definiti gli obiettivi specifici della suddetta Strategia:

* accrescere il grado di consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dallo Stato italiano e dalla Regione nel cofinanziamento del PSR;
* diffondere la conoscenza degli obiettivi e dei risultati attesi del PSR che la Regione persegue per la ricerca e l’innovazione, l’accrescimento della redditività e competitività delle aziende, l’ambiente sostenibile e l’uso efficiente delle risorse, la sicurezza del territorio, l’inclusione sociale;
* valorizzare i risultati raggiunti dal PSR attraverso una diffusa informazione sui progetti realizzati e in corso di realizzazione;
* diffondere un’immagine coordinata che favorisca la facile riconoscibilità delle informazioni relative al PSR;
* mettere a disposizione dei potenziali beneficiari strumenti e informazioni facilmente accessibili concernenti le possibilità di finanziamento offerto dal PSR;
* informare i beneficiari dei loro obblighi e delle loro responsabilità in termini di informazione e comunicazione anche attraverso il coinvolgimento dei principali organismi
* rappresentativi delle imprese agricole, delle organizzazioni professionali per la loro capacità di diffondere le relative informazioni a livello territoriale;
* fornire assistenza ai beneficiari nella comunicazione del progetto e farli diventare testimonial diretti dei vantaggi del programma nello sviluppo economico e sociale della regione;
* comunicare le attività di valutazione.

Particolare attenzione è stata riservata all’individuazione degli specifici **target** di riferimento - quelli esterni al processo pubblico di attivazione del PSR Abruzzo 2014-2022 e quelli interni a tale processo - per differenziare i messaggi - chiave da veicolare pur mantenendo la coerenza con la Strategia.

La strategia di comunicazione e pubblicità della Regione Abruzzo ha individuato come target:

* Opinione pubblica in generale
* Potenziali beneficiari
* Beneficiari effettivi
* Partner e stakeholder.

Le principali azioni e **strumenti** selezionati dall’AdG per realizzare la Strategia di comunicazione del PSR Abruzzo sono:

* + Campagne di comunicazione su stampa
  + Pubblicazioni tematiche
  + Prodotti audiovisivi (video)
  + Comunicazione digitale (sito internet)
  + Comunicazione attraverso i social (facebook)
  + Eventi (annuali, workshop, webinar)
  + Gadget promozionali.

Relativamente alla **governance della comunicazione**, sia la Strategia che il Piano di Comunicazione, prevedono che l’Autorità di Gestione operi in collegamento con i seguenti soggetti:

* **Regione Abruzzo**, Dipartimento Agricoltura
* **RTI Mirus s.r.l**. (mandataria) e FPA s.r.l. (mandante): fornitore selezionato tramite procedura negoziata per affidamenti sotto soglia. Periodo di validità del contratto: dal 28/01/2021 al 31/12/2023. Importo di aggiudicazione: € 195.200,00 (compreso IVA).

A tal riguardo, si evidenzia che con la Determinazione DPD/392 del 28/11/2023 è stata disposta la proroga tecnica del contratto di cui trattasi agli stessi prezzi, patti e condizioni e per il tempo strettamente necessario alla conclusione delle procedure necessarie per la selezione del nuovo operatore economico in esito alla procedura di gara di cui alla determinazione a contrarre DPD/312 del 16/11/2023 e comunque per un periodo massimo stimato di ulteriori quattro (4) mesi (fino al 30 aprile 2024), per un importo complessivo massimo di euro 17.777,00 (diciassettemilasettecentosettantasette/00), oltre IVA.

Con la determinazione DPD/161 del 24/04/2024, al fine di consentire la continuità del servizio e nelle more dell’affidamento al nuovo Operatore Economico (avvenuto in data 22/07/2024), è stata disposta un’ulteriore proroga fino al termine massimo del 30 giugno 2024.

Riguardo la procedura di gara per l’affidamento al nuovo comunicatore, l’AdGr con la determinazione direttoriale DPD/312 del 16/11/2023, recante: *“Procedura aperta sopra soglia ai sensi dell’art. 71 del d. Lgs. n. 36/2023 avente ad oggetto l’affidamento del servizio specialistico di supporto allo sviluppo di attività e servizi di comunicazione per l’attuazione della strategia di informazione e pubblicità del CSR Abruzzo 2023/2027 e gli interventi del PSP PAC 2023/2027 di interesse regionali (Reg. UE 2021/2115 art. 123). Determina a contrarre con relativa prenotazione e impegno di spesa. CUP: C91c23002770009”*, ha autorizzato l’espletamento di una procedura aperta con applicazione del criterio dell’offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità prezzo, ai sensi degli artt. 71 e 108 comma 1) del D.lgs. 36/2023, per un unico lotto di importo di Euro 500.000,00 (esclusa iva), per l’affidamento del servizio specialistico di supporto allo sviluppo di attività e servizi di comunicazione per completare l’attuazione della strategia di informazione e pubblicità del PSR 2014-2022 e per attuare la “Strategia di comunicazione della PAC Abruzzo 2023-2027 in attuazione del Piano Strategico Nazionale PAC 2023-2027”. Trattandosi di gara sopra soglia europea ex art. 14 del D.lgs. n.36/2023, il soggetto delegato allo svolgimento della procedura è l’Agenzia Regionale dell'Abruzzo per la Committenza (AreaCom).

L’AreaCom, con la determinazione n. 34 del 23/02/2024 recante ad oggetto: *“Gara comunitaria a procedura aperta finalizzata alla stipula di un accordo quadro per l’affidamento di l’affidamento del servizio specialistico di supporto allo sviluppo di attività e servizi di comunicazione per l’attuazione della strategia di informazione e pubblicità del CSR ABRUZZO 2023/2027 e gli interventi del PSP PAC 2023/2027 di interesse regionali (Reg. UE 2021/2115 art. 123). CUP: C91C23002770009. Recepimento della Determinazione n. N. DPD/312 del 16 / 11 /2023 (Prot. AreaCom n. 5438 del 17.11.2024) e della Determinazione n. DPD/30 del 31/01/2024 (Prot. AreaCom n. 512 del 01.02.2024) del Dipartimento dell’Agricoltura. Provvedimento di indizione e approvazione atti di gara.”* ha approvato la documentazione di gara e, ai sensi dell’art. 71 del D.lgs. 36/2023, ha indetto la procedura di gara di che trattasi.

La suddetta procedura di gara si è conclusa con la determinazione di AreaCom n. 141 del 22/07/2024 recante: *“Gara comunitaria a procedura aperta finalizzata alla stipula di un accordo quadro per l’affidamento del servizio specialistico di supporto allo sviluppo di attività e servizi di comunicazione per l’attuazione della strategia di informazione e pubblicità del CSR ABRUZZO 2023/2027 e gli interventi del PSP PAC 2023/2027 di interesse regionali (Reg. UE 2021/2115 art. 123). CUP: C91C23002770009. Provvedimento di aggiudicazione.”* con la quale l’appalto è stato aggiudicato alla **Società “Fondazione Giacomo Brodolini s.r.l. SB”.** Con la comunicazione e-mail del 2 settembre 2024, l’AreaCom ha trasmesso al Dipartimento Agricoltura, **l’Accordo Quadro** sottoscritto, nella medesima data, con la “Fondazione Giacomo Brodolini s.r.l. SB”, unitamente a tutta la documentazione (amministrativa, tecnica ed economica) presentata in sede di gara dall'operatore economico aggiudicatario.

In attuazione della Strategia di informazione e comunicazione del PSR Abruzzo 2014-2022, presentata al Comitato di Sorveglianza in data 10 maggio 2016, l’AdGr, con la determinazione DPD/273 del 14/10/2024, ha adottato il **Piano di comunicazione per le annualità 2024-2025**. Il Piano di Comunicazione sarà attuato dalla Regione Abruzzo sia direttamente con azioni proprie, sia attraverso la Società “Fondazione Giacomo Brodolini s.r.l. SB”.

In data 13 novembre 2024, con la determinazione direttoriale DPD/307, l’AdGr ha provveduto ad approvare il “Piano delle Attività di informazione e comunicazione” proposto dalla Società Fondazione Brodolini e relativo alle annualità 2024 e 2025.

All’approvazione del suddetto piano farà a breve seguito la sottoscrizione del primo Contratto Attuativo con la Società “Fondazione Giacomo Brodolini s.r.l. SB”.

## **1.2 INDICATORI DI PERFORMANCE**

Nel rispetto di quanto previsto dai citati Regolamenti (UE) n. 1305/2013 e n. 808/2014, le misure e le attività di informazione e comunicazione realizzate in esecuzione del Piano di Comunicazione sono monitorate e valutate attraverso due principali **indicatori**:

* **di realizzazione,** per misurare gli output della comunicazione (tab. 1);
* **di risultato,** per misurare il livello di soddisfazione (tab. 2).

I dati relativi agli indicatori di realizzazione vengono rilevati prevalentemente tramite le attività di monitoraggio, mentre quelli relativi agli indicatori di risultato, sono acquisiti attraverso rilevazioni di tipo qualitativo effettuate presso cittadini e beneficiari con il supporto del Valutatore indipendente. Ad oggi i dati di risultato sono in fase di elaborazione. Di seguito si riportano le due tabelle di monitoraggio degli indicatori suddetti.

**Tab. 1** – Indicatori di realizzazione



**Tab. 2** – Indicatori di risultato



# **2.** **Attività di comunicazione e informazione realizzate nell’anno 2024**

Si rappresentano di seguito le attività di comunicazione e informazione attivate e realizzate nel corso del 2024 in coerenza con la Strategia del PSR Abruzzo 2014-2022. Si precisa altresì che taluni dati sono aggiornati al periodo 1°gennaio-30 giugno 2024, data di conclusione del servizio affidato alla RTI Mirus s.r.l.

Dal 1° luglio le attività sono state prevalentemente curate dal Dipartimento Agricoltura in condivisione con la segreteria dell’Assessorato di competenza. A breve, sarà sottoscritto il contratto attuativo da parte della Società Fondazione Brodolini, affidataria del servizio di cui trattasi.

1. **UFFICIO STAMPA E MEDIA RELATIONS**

L’attività di “Ufficio stampa e media relations” è stata organizzata e gestita direttamente dalla **RTI Mirus s.r.l**. in stretto rapporto con l’AdG regionale e gli uffici del Dipartimento.

L’attività di comunicazione è reputata strategica per incrementare la conoscenza del brand del PSR Abruzzo e per comunicare programmi e attività relativi al programma a tutti gli opinion makers, media e stakeholders.

Nel periodo **gennaio-giugno 2024** sono stati realizzati dall’ufficio stampa **diversi comunicati** veicolati tramite **testate** **giornalistiche** per un totale complessivo di circa 180 indirizzi selezionati.

I comunicati stampa sono stati diffusi nel tradizionale formato cartaceo, in versione elettronica 4.0 (smartphones e tablets), sul portale web istituzionale e sulle piattaforme di social network del PSR (Facebook e Instagram).

1. **SOCIAL MEDIA STRATEGY**

L’attività promossa sui social media è stata curata, fino al 30 giugno 2024, dalla **RTI Mirus s.r.l**. sempre in condivisione con i referenti regionali. L’obiettivo principale della Social Media Strategy, relativamente all’anno 2024, è stato quello di aumentare il coinvolgimento dei target di riferimento rispetto alla politica di sviluppo rurale in Abruzzo.

I canali social attualmente attivi sono Facebook e Instagram.

Il calendario editoriale social ha seguito la seguente strategia:

* 2/3 post ogni settimana per un totale di ca. 10/12 post mensili;
* ogni post pubblicato è stato corredato di immagini pertinenti, di un link al sito istituzionale del PSR Abruzzo o ad altra fonte, degli hashtag pertinenti;
* creazione di Stories su piattaforma Instagram, per creare maggiore interazione con i follower.

**b).1 LA GESTIONE DEI PROFILI FACEBOOK E INSTAGRAMM DEL PSR ABRUZZO**

Alla data del presente documento, le attività intraprese sui canali social hanno prodotto il seguente gradimento:

**- pagina Facebook:** 4523 follower

**- profilo Instagram:** 396 follower

In generale, il pubblico d’elezione si attesta nella fascia di **età tra i 34 e i 65 anni, dove la fascia tra i 35 e 44 anni risulta essere la più attiva e ricettiva. Le donne raggiungono una percentuale del 47%, mentre gli uomini del 53%.**

Riguardo all’area geografica di provenienza degli utenti si nota una prevalenza data da Pescara, L’Aquila, Teramo.

Nel semestre gennaio-giugno 2024 sono stati pubblicati circa **60 post, con una media di 10 post al mese**. Il tasso di **coinvolgimento e copertura è stato di circa 60mila visualizzazioni della pagina Facebook** e di **circa 1.200 visualizzazioni su Instagram**. Dal 1° luglio 2024 l’attività di comunicazione sui social, consistente prevalentemente nella pubblicazione dei post relativi ai nuovi bandi, è stata curata direttamente dal Dipartimento Agricoltura.

Relativamente al canale social “Facebook” si conferma il principale strumento di divulgazionedelle informazioni sul PSR Abruzzo 2014-2022. L’immagine di copertina scelta per la pagina FB è statacreata ad hoc per rendere chiaro e coinvolgente il messaggio informativo rivolto al target di riferimento: una donna che stringe una cesta di vimini dove sono raccolti i prodotti della terra, il tutto su uno sfondo rappresentato da un campo arato. La pagina viene costantemente aggiornata con le notizie più rilevanti del PSRAbruzzo (uscita bandi, comunicazioni di notizie ed eventi rilevanti sul tema).

Per quanto concerne Instagram, nel futuro sarà implementata una strategia che opera maggiormente per interazione diretta con gli utenti attraverso strade comunicative dal maggior impatto visivo e con contenuti fruibili in modo rapido (ad esempio attraverso l’uso dello strumento “Stories”).

1. **LA PIANIFICAZIONE PUBBLICITARIA**

Di seguito si riporta il resoconto dell’attività di pianificazione pubblicitaria realizzata dall’RTI in risposta alla necessità del Dipartimento Agricoltura di incrementare la comunicazione verso i principali target per una più ampia consapevolezza sulle opportunità e sui benefici offerti dal Programma di Sviluppo Rurale 2014-2022, sui risultati della politica dell’Unione Europea, sui risultati raggiunti nella programmazione 2014-2022 e sulla dotazione finanziaria della nuova programmazione 2023-2027.

La pianificazione sui media regionali, condivisa con l’Amministrazione in data 5/02/24 e approvata in data 06/02/24, è stata articolata nel modo seguente:

* Pubblicazione banner su n. 8 quotidiani online abruzzesi per la durata di 10-15 gg (AbruzzoWeb, Il Germe, MarsicaLive, Infomedianews, OndaTv, Il Capoluogo, Rete 8, News-town). Tutti i banner sono stati linkati ad una landing page appositamente creata sulla pagina Facebook del PSR Abruzzo;
* Pubblicazione di un annuncio pubblicitario sul quotidiano regionale “Il Messaggero” in formato mezza pagina;
* n. 1 Speciale video e n.1 diretta Facebook (AbruzzoWeb) in occasione della conferenza stampa del 24 gennaio, relativa alla presentazione dei dati sull’andamento della spesa al 31 dicembre 2023 in relazione ai fondi europei del Programma di Sviluppo Rurale (Psr) 2014-2022.

1. **SITO WEB**

Il sito istituzionale del PSR 2014-2022, disponibile all’indirizzo <https://www.regione.abruzzo.it/content/programma-di-sviluppo-rurale-2014-2020-psr-e-transizione>, rappresenta il più importante canale di informazione e comunicazione al pubblico. Esso è costantemente e tempestivamente aggiornato direttamente dal personale interno alla Regione.

All’interno della pagina web sono presenti sezioni dedicate a divulgare informazioni specifiche relative alle procedure di attuazione del programma, modalità di presentazione delle domande, pubblicazione dei bandi e tutti i comunicati stampa della Regione relativi al PSR.

In particolare, è presente una sezione contenente la documentazione utile al PSR (linee guida operative, manuali delle procedure, disposizioni attuative, check list AGEA, ecc.). I contenuti del sito spesso sono rilanciati sui canali social.

1. **EVENTI**

* **4 dicembre 2024: Comitato di Sorveglianza 2024** organizzato presso l’Auditorium Riserva Naturale Regionale Bosco di Don Venanzio – Pollutri (CH) con un programma articolato tra riunioni operative e una visita guidata presso un’azienda del territorio beneficiaria dei fondi messi a disposizione del PSR Abruzzo.

1. **REALIZZAZIONE VIDEO**

Al fine di valorizzare e comunicare i risultati conseguiti nell’ambito del programma di sviluppo rurale sono stati realizzati taluni video-documentari sulle Best Practice del PSR 2014-2022.

I video documentari, ciascuno della durata di 5’ circa, hanno fatto leva su un linguaggio e “regole grammaticali” definite e concordate in funzione dei canali di comunicazione pianificati e in relazione ai target di riferimento. L’obiettivo è stato quello di raccontare attraverso le immagini, il percorso narrativo del PSR Abruzzo facendo leva sulle persone, i volti, i momenti, le best practice, i progetti e tutto quanto fosse in grado di rendere gli spettatori protagonisti, partecipi, e soprattutto convinti del valore e delle opportunità che il PSR offre per lo sviluppo socio-economico della regione e per quello rurale in particolare.

Nel 2024 è stato realizzato un nuovo video finalizzato alla documentazione di una Best Practice abruzzese, relativo nello specifico all’Azienda Agricola “Peppone” di Introdacqua (Aq). L’azienda ha beneficiato di un sostegno del PSR 2014-2022, sottomisura 6.1 - Aiuto all'avviamento di imprese per giovani agricoltori in combinazione con la sottomisura 4.1 Sostegno agli investimenti per le aziende agricole finalizzati al miglioramento della redditività (pacchetto giovani).

Nel corso del 2024 è stato realizzato altresì un video emozionale del PSR 2022-2024 con il quale la Regione Abruzzo ha partecipato alla seconda edizione di ‘RuralCiak’, iniziativa promossa dalla Regione Umbria e dal Ministero dell’Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (Masaf), e che ha ricevuto il Premio “RuralCiak giovani” riconosciuto da una giuria di studenti provenienti dalle università di tutta Italia.

1. **RETE RURALE NAZIONALE (RRN)**

Partecipazione dell’Abruzzo alle riunioni di coordinamento sulla comunicazione, fra i referenti regionali e i referenti della RRN della comunicazione.

# **3.** **L’analisi dei dati di monitoraggio**

Nella tabella 3 che segue si riporta la valutazione degli indicatori di realizzazione riferiti all’anno 2024. Taluni dati fanno riferimento al periodo gennaio-giugno 2024, data di conclusione del servizio da parte della RTI Mirus s.r.l.

Per quanto concerne il monitoraggio degli indicatori di risultato, si rappresenta che essi saranno valutati nel corso del 2025 tramite apposite indagini campionarie a cura del Valutatore indipendente.

**Tab. 3** – Indicatori di realizzazione anno 2024

| Canali/Strumenti/Attività di comunicazione | Indicatori di realizzazione | Output | Valore di riferimento 2021 | Valore di riferimento 2022 | Valore di riferimento 2023 | Valore 2024 | Strumenti/Modalità di rilevazione |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| SITO WEB | Pubblicazione bandi di finanziamento/elenchi beneficiari/altri contenuti | n. pagine pubblicate/Anno | 152 | 153 | 101 | in corso di elaborazione | Webmaster |
| N. di accessi unici | n. Semestre | 121.610 | 241.358 | 117.680 | in corso di elaborazione | Webmaster |
|  | | | | | | | |
| SOCIAL MEDIA | N. di Account attivi e operativi | n. | n. 1 | n. 2 | n. 2 | n. 2 | Social analytics delle piattaforme |
| N. di Post pubblicati | n./anno per account | n. 110 | 280 | n. 192 | n. 60 | Social analytics delle piattaforme |
| Frequenza aggiornamento contenuti | n./settimana per account | n. 3 | n. 3 | n. 2 | n. 2 | Social analytics delle piattaforme |
| Iscritti/Follower/Fans | n./anno in totale | n. 2519 | n. 3936 | n. 4830 | n. 4530 | Social analytics delle piattaforme |
|  | | | | | | | |
| NEWSLETTER ELETTRONICA | Numeri totali | Numero uscite totali | n. | n. | n. |  | Strumenti di gestione database e newletter |
| Numero di persone raggiunte | n. destinatari raggiunti | n. | n. | n. |  |
| Iscritti | n.iscritti | n. | n. | n. |  |
|  | | | | | | | |
| UFFICIO STAMPA | Comunicati stampa | n./anno | n. 15 | 15 | n. 14 | n. 3 | Sistema di monitoraggio |
| Conferenze stampa | n./anno | n. | n. | n. |  | Sistema di monitoraggio |
| Interviste/foto/notizie/servizi redazionali/televisivi/altro | n./anno | n. 5 | n. 6 | n. 4 | n. 2 | Rassegna stampa |
| Copertura stampa | n.articoli publicati in totale | n. 80 | n. 134 | n. 86 | n. 25 | Rassegna stampa |
|  | | | | | | | |
| CAMPAGNE PUBBLICITARIE | Campagne realizzate | n. di soggetti realizzati | n. | n. | n. 1 | n. 1 | Sistema di monitoraggio |
| inserti publiredazionali su quotidiani e periodici | n. totale | n. | n. | n. 1 | n. 1 | Sistema di monitoraggio |
| banner on line | n. banner / 1 mese |  |  | n. 7 | n. 7 |  |
| Spot TV | n. | n. | n. | n. |  | Sistema di monitoraggio |
| Spot radio (speciali tv) | n. | n. | n. | n. 19 | n. 1 | Sistema di monitoraggio |
| Campagne televisive | n.passaggi TV | n. | n. | n. 360 |  | Sistema di monitoraggio |
| Campagne radiofoniche | n.passaggi Radio | n. | n. | n. |  | Sistema di monitoraggio |
| Affissioni; campagne outdoor e dinamiche | n. spazi coperti | n. | n. | n. |  | Sistema di monitoraggio |
|  | | | | | | | |
| EVENTI | Numero eventi annuale | n./evento | n. 0 | n. 1 | n. 1 |  | Sistema di monitoraggio |
| Numero partecipanti | n./partecipanti | n. | n. 300 | n. 205 |  | Sistema di monitoraggio |
| Numero Comitati di Sorveglainza | n./evento | n. 1 | n. 0 | n. 2 |  | Sistema di monitoraggio |
| Numero partecipanti Comitato di Sorveglianza | n./partecipanti | n. 55 | n. 0 | n. 70 |  | Sistema di monitoraggio |
| Numero Workshop | n./evento | n. 1 | n. 2 | n. |  | Sistema di monitoraggio |
| Numero partecipanti Workshop | n./partecipanti | n. 148 | n. 150 | n. |  | Sistema di monitoraggio |
|  | | | | | | | |
| MATERIALE INFORMATIVO/PROMOZIONALE | Depliant | n./totale | n. 0 | n. 0 | n. |  | Sistema di monitoraggio |
| Gadget | n./totale | n. 100 | n. 250 | n. 100 |  | Sistema di monitoraggio |
|  | | | | | | | |
| AZIONI COMIUNICAZIONE ESTERNA | Gruppi di lavoro formalizzati | n. | n. | n. | n. |  | Sistema di monitoraggio |
| Attività di formazione | n. | n. | n. | n. |  | Sistema di monitoraggio |
| Materiale di comunicazione | n. | n. | n. | n. |  | Sistema di monitoraggio |
| Manuale d'uso del logo e immagine coordinata | n. | n. | n. | n. |  | Sistema di monitoraggio |