

LA COMUNICAZIONE

DEL GAL APPENNINO ARETINO



...ripreso dalla nostra SISL

Il piano di Comunicazione e informazione del GAL Appennino Aretino è parte integrante delle attività di valutazione. E' necessario per informare la popolazione, gli attori pubblici e privati, i potenziali beneficiari, la collettività e gli organi decisori politici operanti nell'area LEADER.

.... La comunicazione interna sarà indirizzata ai soci pubblici e privati del GAL. Attraverso riunioni ed incontri sarà promossa l'attività del GAL per l'efficace attuazione della Strategia. Altresì, saranno attivate azioni di comunicazione esterna anche attraverso l'ausilio di stampa e TV locali e WEB ed in particolare tramite il sito internet del GAL Appennino Aretino www.galaretino.it.

Il sito web del Gal diventa il canale di informazione per eccellenza, aggiornato in tempo reale sui diversi momenti dell'attività, consente una partecipazione attiva dei diversi soggetti coinvolti.

A corredo anche una **newsletter** che si evolverà con il proseguo delle attività.

Tutti questi strumenti di comunicazione, avendo **forte presa sulla popolazione** potranno servire per potenziare al massimo i risultati in termini di raggiungimento dei destinatari dell'informazione. Particolare attenzione sarà riservata all'individuazione degli **specifici target** della comunicazione...

La comunicazione costituirà un forte impegno per il raggiungimento del più **alto grado di semplificazione** e cosa più importante il **Piano del Gal dovrà "raccontare"** il cambiamento che l'attuazione delle misure genera nel territorio: dalla riqualificazione e valorizzazione del piccolo villaggio a quello della microimpresa agricola, forestale, artigianale, commerciale e turistica. Il Piano ha l'obiettivo di caratterizzare e rafforzare la comunicazione ricorrendo anche all'uso delle testimonianze dei soggetti che, attraverso l'accesso alle varie misure, sono stati coinvolti in questi cambiamenti (**storytelling**.... sarà attribuita maggiore rilevanza a favore di **strumenti "informatici"** come i **"social media"** rispetto ad esempio a depliant, manifesti.

Il Piano di comunicazione cercherà inoltre di trovare sinergie anche con le azioni di comunicazione degli Enti del territorio ma anche con la Rete Rurale Nazionale.

L'obiettivo generale è quello di portare a conoscenza dei cittadini e dei beneficiari, attuali e potenziali, le finalità e le modalità operative degli interventi finanziati con il PSR, creando le condizioni per un accesso trasparente e semplificato ai regimi di sostegno ...

GLI INDICATORI LI DOVREMOMISURARE



Set indicatori di risultato (efficacia)

Indicatori	Unità di misura	Risultato atteso
Grado di conoscenza da parte dei cittadini dell'esistenza della SISL e indirettamente del PSR Toscana 2014 – 2020	% sulla popolazione area Gal	30
Grado di conoscenza da parte dei cittadini circa il ruolo svolto dall'UE, dallo Stato e dalla Regione tramite l'attività del Gal nello sviluppo dei territori rurali	% sulla popolazione area Gal	50
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi dell'esistenza della SISL	% sul totale delle imprese attive/Enti	60
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa il ruolo svolto dall'UE, dallo Stato e dalla Regione tramite l'attività del Gal nello sviluppo dei territori rurali	% sul totale delle imprese - attive	80






Set indicatori di realizzazione (efficienza)




Attività	Indicatore	Unità di misura	Risultato atteso
Campagne di comunicazione	Campagne realizzate	n.	2
	Comunicati stampa ed editoriali su quotidiani e periodici	n.	20
	Spot radiofonici e televisivi realizzati	n.	4
	Social media: visualizzazioni	n.	300
Ipotetici contatti attivati con le campagne di comunicazione (social media, radio e tv locali)	Numero medio di condivisioni dei contenuti dello speciale sui principali social media	n.	1.000
Newsletter on line	Newsletter pubblicate	n.	12
	Iscritti alla newsletter	n.	200
Rapporti con i media	Comunicati stampa prodotti	n.	30
	Conferenze stampa organizzate	n.	2
Sito Web dedicato	Pagine editate	n.	30
	Accessi medi mensili	n.	300
Eventi, Convegni, seminari,	Partecipanti	n.	50


I risultati si riferiscono ovviamente al settennato di programmazione Verranno potenziati degli strumenti quali sito web, newsletter, ma anche social network come facebook, twitter, in modo da arrivare il più vicino possibile al territorio. Non verranno abbandonati comunque anche gli strumenti tradizionali, depliant, manifesti, comunicati stampa sui quotidiani, incontri pubblici presso le sedi dei soci del Gal nelle diverse fasi attuative anche per chi ovviamente non è così avvezzo ai "moderni strumenti informatici".

GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE



		TARGET	PERIODICITA'
 WWW.GALARETINO.IT	 IN EVIDENZA	TECNICI E CONOSCITORI GAL, ANCHE BENEFICIARI	IN CASO DI ARGOMENTO INTERESSANTE	
	...GAL INFORMA... 	TECNICI E CONOSCITORI GAL, ANCHE BENEFICIARI	ATTIVITÀ SISL	COMUNICATI STAMPA DEL GAL APPENNINO ARETINO
	 NOTIZIE ...DA ...E PER LO SVILUPPO RURALE	TECNICI E CONOSCITORI GAL, ANCHE BENEFICIARI	MENSILE PRIMA SETTIMANA	ARGOMENTI PER IL TERRITORIO SULLO SVILUPPO RURALE COMUNICATI STAMPA PRODOTTI DA ALTRI
	 PAGINE FACEBOOK		OGNI QUALVOLTA SI INSERISCONO PAGINE INTERESSANTI	ARGOMENTI INTERESSANTI SU CUI SI VUOLE UN RITORNO

 <p>NEWSLETTER</p>		CITTADINANZA	MENSILE	NOTIZIE IN PILLOLE SULLA SISL
 <p>IL GAL NEL WEB</p>		CITTADINANZA	MENSILE	INTERVISTE VIDEO DA PUBBLICARE NEL SITO E IN FACEBOOK
 <p>FACEBOOK</p>		IL MONDO	AGGIORNAMENTO CON NUOVI POST GIORNALIERI/ SETTIMANALI	

 <p>Relazioni</p> <p>EVENTI, CONVEGNI, SEMINARI</p>		<p>POPOLAZIONE TECNICI E CONOSCITORI DEL SETTORE- BENEFICIARI</p>	<p>DA CONCORDARE IN RIFERIMENTO ALL'ARGOMENTO TRATTATO</p>	<p>IN OCCASIONE DEGLI INCONTRI SI PRODUCONO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • COMUNICATI STAMPA • DEPLIANTS/PIEG HEVOLI • DOCUMENTI VARI
--	--	---	--	---