

Survey sugli strumenti di comunicazione del PSR Campania 2014-2020

Valutare l'efficacia degli strumenti di comunicazione del Programma di Sviluppo Rurale 14-20 grazie al giudizio di coloro che li utilizzano: è questo l'obiettivo della survey realizzata nei mesi scorsi dalla Regione Campania nell'ambito delle attività di comunicazione del PSR, coordinate dalla Direzione generale per le Politiche agricole, alimentari e forestali ed implementate da Sviluppo Campania, società in house dell'Amministrazione regionale.

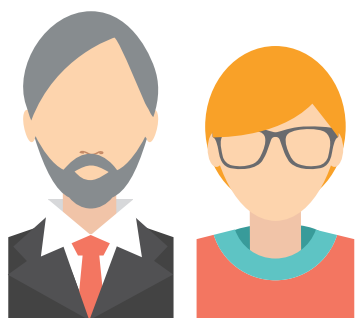
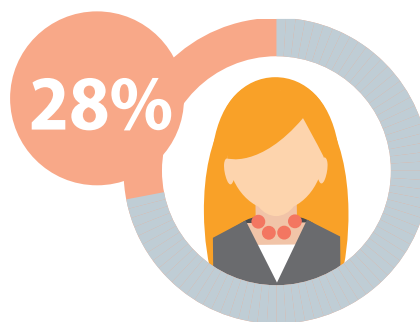
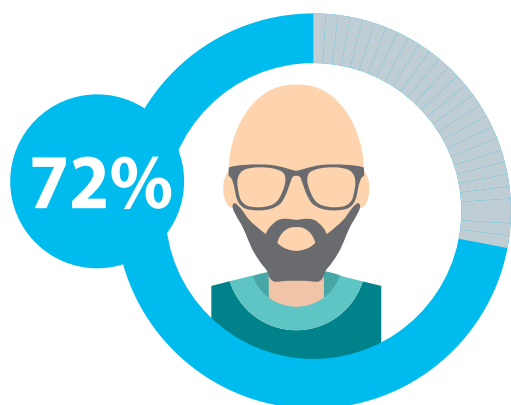
Imprenditori agricoli, operatori, tecnici, associazioni di categoria, potenziali beneficiari hanno risposto ai quesiti veicolati tramite diversi canali: dalla newsletter al portale PSRCampaniaComunica. 168 i questionari correttamente compilati direttamente on-line.

Dai risultati emerge una valutazione particolarmente positiva degli strumenti utilizzati e qualche prezioso suggerimento su ciò che potrebbe essere attuato durante la prossima programmazione. Di seguito una sintesi delle risposte ottenute.

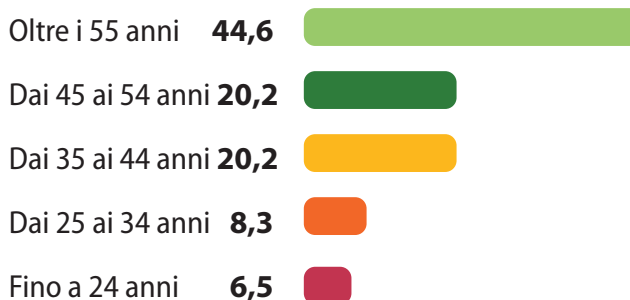


Chi ha risposto: tanti over 45, pochi giovani

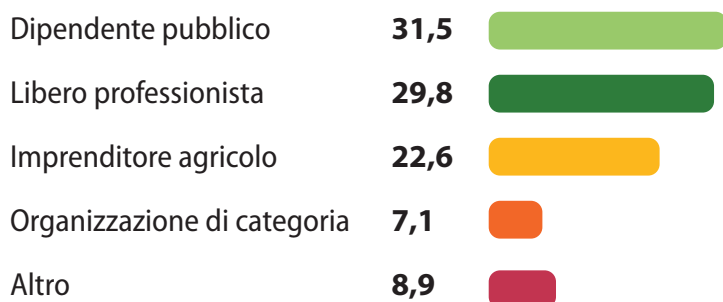
Sono in prevalenza gli uomini ad aver partecipato alla survey con il 72% del totale delle risposte. Da un punto di vista anagrafico, il 20.2% di coloro che hanno risposto ha un'età compresa tra i 45 ed i 54 anni mentre il 44.6% è nella fascia "over 55" anni. Il 20.2% delle risposte appartiene a persone di età compresa tra i 35 ed i 44 anni, l'8.3% dai 25 ai 34 anni. Gli "under 25" rappresentano solo il 6.5%. Sotto il profilo professionale, sono i dipendenti pubblici ad aver maggiormente risposto alla survey con il 31.5% dei partecipanti. I liberi professionisti rappresentano il 29.8%, il 22.6% delle risposte sono arrivate dagli imprenditori agricoli e il 7.1% da appartenenti ad organizzazioni di categoria.



ETÀ



PROFILO PROFESSIONALE



Gli strumenti più efficaci: vince il digitale. L'utilizzo è determinato dall'utilità



Il web vince su tutti. I portali istituzionali - sia quello dell'Assessorato all'Agricoltura (85.1%) che quello brandizzato PSRCampaniaComunica (49.4%) - risultano gli strumenti più conosciuti. A seguire le due tipologie di newsletter: PSRComunica con il 35.1% e Appalti con il 19%.

Il contatto diretto resta comunque un'opzione valida. Il 26.2% dice di aver avuto modo di partecipare almeno una volta ad un evento promosso nell'ambito delle attività del PSR mentre per il 22.6% ha fatto ricorso, per almeno una volta, al contact center.

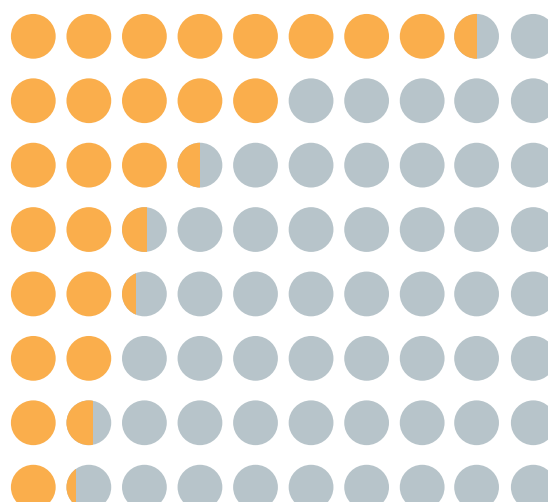
A seguire il canale Youtube del PSR Campania (17.3%) e le rassegne video (11.3%), strumenti graditi da chi predilige la comunicazione multimediale.

I dati sull'efficacia degli strumenti evidenziano, soprattutto per i portali Agricoltura (80.4%) e PSRCampaniaComunica (66.3%) nonché la newsletter PSRComunica (50.8%), andamenti in linea con quelli sull'utilizzo confermando, sostanzialmente, che l'utilizzo è determinato dall'utilità dello strumento.

Ottimo risultato per il contact center, giudicato efficace dal 78.9% degli utenti. Bene anche le produzioni video delle Rural Stories e AgriweekReCap (52.6%), l'organizzazione degli eventi (52.3%) e il canale Youtube del PSR (41.4%). Chiude la classifica la newsletter Appalti (31.3%), evidentemente perché dedicata a un target più specifico, quello dei dipendenti pubblici impegnati nell'attuazione del Programma.

Strumenti più utilizzati/conosciuti

Portale agricoltura.regione.campania	85.1%
Portale psrcampaniacomunica	49.4%
Newsletter PSR Comunica	35.1%
Eventi	26.2%
Contact Center	22.6%
Newsletter PSR Appalti	19.0%
Canale YouTube PSR Campania	17.3%
Rassegne video	11.3%



Portale PSRCampaniaComunica, una brillante conferma!

Il portale PSRCampaniaComunica, on-line dal settembre 2020, è tra i più apprezzati strumenti messi in campo dalla Regione. Gli utenti, infatti, lo promuovono a pieni voti in tutte le caratteristiche indagate: facilità di navigazione, qualità e completezza delle informazioni veicolate, chiarezza dei contenuti e tempestività nella pubblicazione di opportunità/bandi.

La facilità di navigazione è apprezzata dal 96.4% degli utenti (il 39.8% la giudica ottima, buona per il 47% e sufficiente per il 9.6%).

Valutata bene anche la qualità e completezza delle informazioni veicolate, che raccoglie anch'essa il 96.4% di giudizi positivi: "ottimo" dal 36.1%, "buono" dal 39.8% e "sufficiente" dal 20.5%.

La chiarezza dei contenuti è premiata dal 94% degli utenti, con una netta preponderanza dei giudizi "ottimo" (43.4%) rispetto ai "buono" (33.7%).

La tempestività nella pubblicazione di opportunità/bandi è gradita dal 91.5% degli utenti: in questo caso a prevalere sono i "buono" (42.2%) sugli "ottimo" (37.3%).

Circa la frequenza con cui il portale è visitato, il 21.7% degli utenti vi 'atterra' tutti i giorni, il 47% una o più volte alla settimana, il 25.3% una o più volte al mese e il 6% meno di una volta al mese.

Riguardo alle motivazioni (anche in questo caso era possibile la cosiddetta risposta multipla) il 74.7% degli utenti visita il portale "per lavoro", il 45.8% "per cercare informazioni" e il 2.4% "per semplice curiosità".

Tra le sezioni maggiormente visitate il 60.2% opta per le news, a seguire le pagine dedicate alle opportunità e ai bandi con il 48.2% delle risposte e gli approfondimenti (focus) con il 31.3%.

Fondamentali i suggerimenti dell'utenza per il miglioramento del portale: per il 62.7% è auspicabile un maggior approfondimento delle tematiche già trattate e per il 42.2% l'implementazione di nuovi contenuti.



Facilità di navigazione	96.4%	
Qualità e completezza delle informazioni veicolate	96.4%	
Chiarezza dei contenuti	94%	
Tempestività nella pubblicazione di opportunità/bandi	91.5%	



La newsletter PSR Comunica piace

Come il portale, anche la newsletter PSR Comunica, dedicata in particolare ai bandi e alle opportunità del Programma, risulta promossa a pieni voti.

Il livello complessivo di soddisfazione dell'e-magazine si attesta al 91.5%: il 30.5% degli utenti giudica il prodotto "ottimo", il 39% "buono" e il 22% "sufficiente".

In dettaglio, la qualità e completezza delle informazioni veicolate è giudicata positivamente dal 98.3% degli utenti, la grafica dal 94.9% e la chiarezza dei contenuti dal 93.2%. È importante il dato sulla reale fruizione dei contenuti: il 28.8% degli utenti dichiara di leggere tutti i numeri della newsletter mentre il 69.5% solo quelli con argomenti di proprio interesse.

Rispetto alle modalità di conoscenza della newsletter, due i canali che prevalgono: il portale PSRCampaniaComunica 62.7% e il direct mailing (33.9%).

Circa i suggerimenti di miglioramento del prodotto, il 52.5% degli utenti chiede una maggiore promozione della newsletter ed il 28.8% una maggiore frequenza di invio.



Qualità e completezza delle informazioni veicolate **98.3%**



Grafica **94.9%**



Chiarezza dei contenuti **93.2%**



Newsletter Appalti, la comunicazione tecnica convince

La newsletter Appalti mira a rafforzare la capacità amministrativa dei funzionari pubblici impegnati nei processi di gestione del PSR o nella realizzazione di opere o servizi di pubblica utilità.

Il livello complessivo di soddisfazione dell'e-magazine è pari all'96.9%: il 28.1% degli utenti ritiene "ottimo" il prodotto, il 43.8% 'buono' e il 25% 'sufficiente'.

Piace per la qualità e completezza delle informazioni veicolate - apprezzate dal 97% degli utenti con il 31.3% di giudizi "ottimo", il 46.9% di "buono ed il 18.8% di "sufficiente" - per la grafica con il 96.9% dei giudizi positivi e la chiarezza dei contenuti, apprezzata dal 93.9% degli utenti. Anche per la newsletter Appalti i principali canali

di contatto sono il portale PSRCampaniaComunica 50% e il direct mailing 46.9%.

Per quanto concerne la frequenza di consultazione, il 25% degli utenti sostiene di leggere tutti i numeri della newsletter mentre il 62.5% solo quelli che contengono argomenti di proprio interesse.

Secondo gli utenti è possibile ottimizzare l'e-magazine "con una migliore promozione" (53.1%) e "con una maggiore frequenza di invio" (28.1%).



Qualità e completezza delle informazioni veicolate

97%



Grafica

96.9%



Chiarezza dei contenuti

93.9%



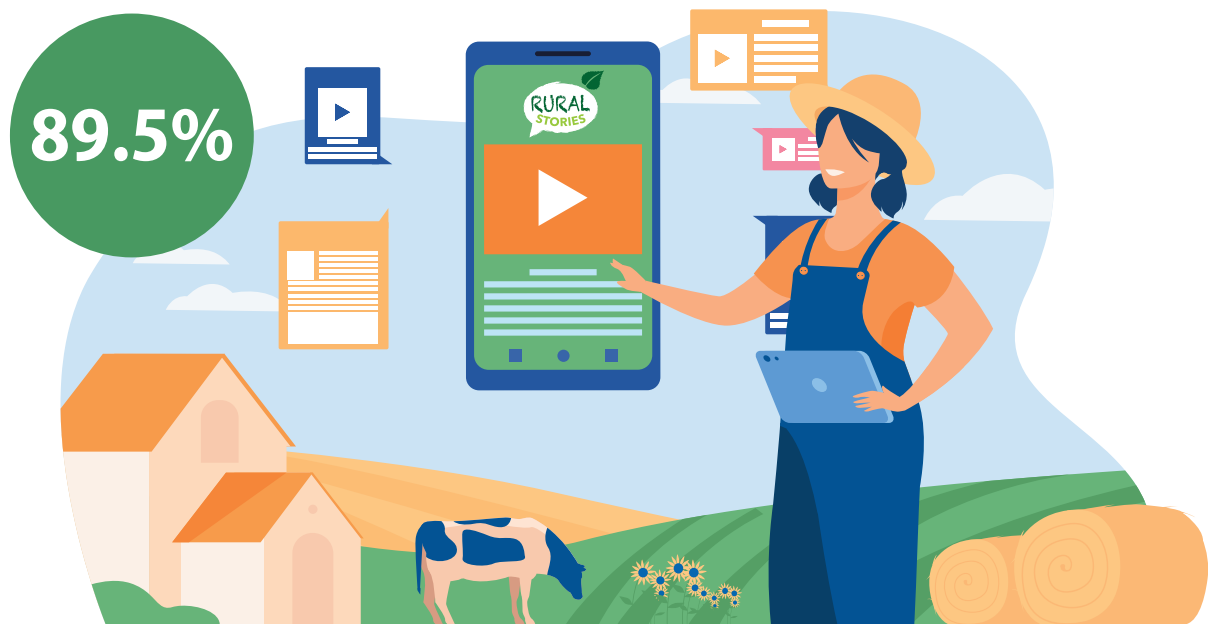
PSR per immagini, via libera alle rassegne video

Le rassegne video - Rural Stories, che raccontano le buone pratiche di spesa finanziate dal PSR Campania, e AgriweekRecap, il punto settimanale dell'assessore regionale all'Agricoltura, Nicola Caputo - piacciono agli utenti.

Il livello complessivo di soddisfazione si attesta, infatti, al 89.5%: nel dettaglio, il 31.6% degli utenti valuta come "ottimo" il prodotto, il 42.1% "buono" e il 15.8% "sufficiente".

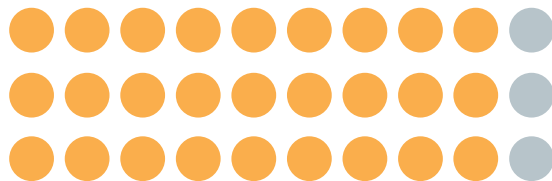
Analoghe percentuali si registrano per la qualità e completezza delle informazioni veicolate. Sia la chiarezza dei contenuti che la facilità di fruizione sono giudicate

positivamente dall'89.4% degli utenti: in entrambi i casi, i giudizi "ottimo" e i giudizi "buono" hanno uguale peso, pari al 36.8%. Riguardo ai suggerimenti, infine, una maggiore promozione dei video (42.1%), la realizzazione di un numero maggiore di produzioni (36.8%) e la diffusione di video di minore durata e di più agevole visione (31.6%).



Qualità e completezza delle informazioni veicolate

89.5%



Chiarezza dei contenuti

89.4%



Facilità di fruizione

89.4%



Il Contact center, uno sportello prezioso

Il contact center del PSR Campania fornisce informazioni agli utenti tramite il numero verde 800 881017 e la casella di posta elettronica dedicata:

psrcomunica@regione.campania.it.

Il servizio è risultato particolarmente apprezzato dagli utenti. Ciascuno dei tre parametri presi in esame - gentilezza e cortesia del personale o delle risposte ricevute, livello di utilità delle informazioni fornite nonché qualità e completezza delle informazioni fornite - è valutato positivamente dal 92.2% dei fruitori. Anche i giudizi di dettaglio sono identici per i tre parametri considerati: a prevalere nettamente è il giudizio "ottimo" con ben il 71.1%.



Tra i suggerimenti di miglioramento del servizio la possibilità di condividere e pubblicare sul portale PSRCampaniaComunica informazioni trasferite dal contact center (52.6%), la garanzia di tempi certi di risposta (28.9%) e una maggiore promozione del servizio (21.1%).



Gentilezza e cortesia del personale o delle risposte ricevute	92.2%	
Utilità delle informazioni	92.2%	
Qualità e completezza delle informazioni	92.2%	



Gli eventi del PSR, on-line o ibridi, interessano

Presentare nuovi bandi e approfondire temi legati allo sviluppo rurale sono tra i più frequenti obiettivi degli eventi organizzati.

La qualità e completezza del programma e delle informazioni fornite nel corso degli eventi è un aspetto apprezzato dal 93.2% dei fruitori, la facilità nel raggiungere la sede (per gli eventi in presenza) dal 91% mentre la facilità di collegamento e interazione con i relatori (per gli eventi on-line) dall'88.7% degli utenti. Riscontri positivi anche per la gentilezza e cortesia del personale deputato all'accoglienza e distribuzione dei materiali (88.6%) e l'orario di svolgimento degli eventi (81.9%).



Tra i suggerimenti per migliorare il format la realizzazione di eventi nei principali centri agricoli campani (65.9%), una maggiore promozione (50%) nonché l'organizzazione di un maggior numero di eventi in modalità ibrida, on-line e in presenza (31.8%).



Qualità e completezza del programma e delle informazioni	93.2%	
Facilità nel raggiungere la sede (eventi in presenza)	91.0%	
Facilità di collegamento e interazione con i relatori (on line)	88.7%	
Gentilezza e cortesia del personale di accoglienza	88.6%	
Orario di svolgimento	81.9%	



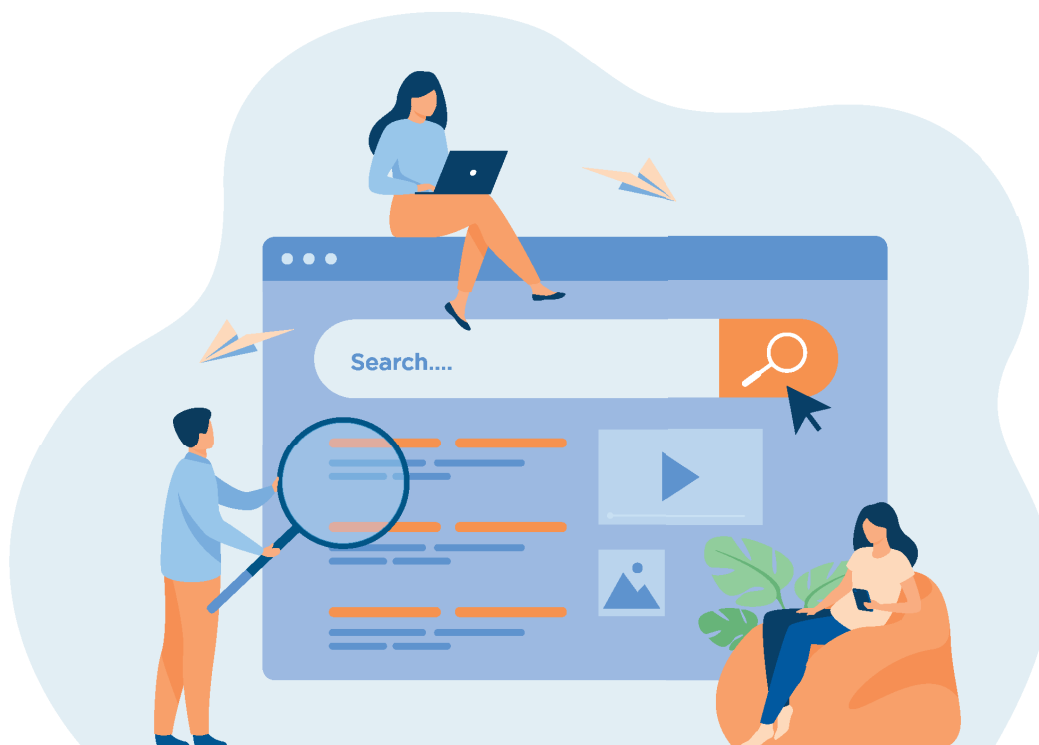
Smart web, informazioni su bandi e opportunità

Sono molteplici i canali attraverso i quali gli utenti hanno affermato di essere venuti a conoscenza delle opportunità o dei bandi relativi al Programma di Sviluppo Rurale. Anche in questo caso c'era la possibilità di esprimere risposte multiple.

A farla da padrona è sempre il web. Il portale dell'Assessorato regionale all'Agricoltura ha informato su opportunità o bandi del PSR il 79.2% degli utenti mentre il portale PSRCampaniaComunica è stata fonte informativa per il 42.3%.



Seguono a distanza le newsletter PSRComunica con il 26.8%, il passaparola (19%), i tecnici e consulenti (8.3%), gli eventi informativi (6.5%) e le organizzazioni di categoria (5.4%). Residuali, infine, coloro che hanno ottenuto notizie tramite stampa, altri siti web e social network. Nessuno tramite canali televisivi o radiofonici.



Portale agricoltura.regione.campania.it	79.2%	
Portale psrcampaniacomunica.it	42.3%	
Newsletter PSRComunica	26.8%	
Pssaparola	19%	
Tecnici e consulenti	8.3%	
Eventi informativi	6.5%	
Organizzazioni di categoria	5.4%	



Programmazione 2023-2027, gli utenti chiedono FAQ, video tutorial e App

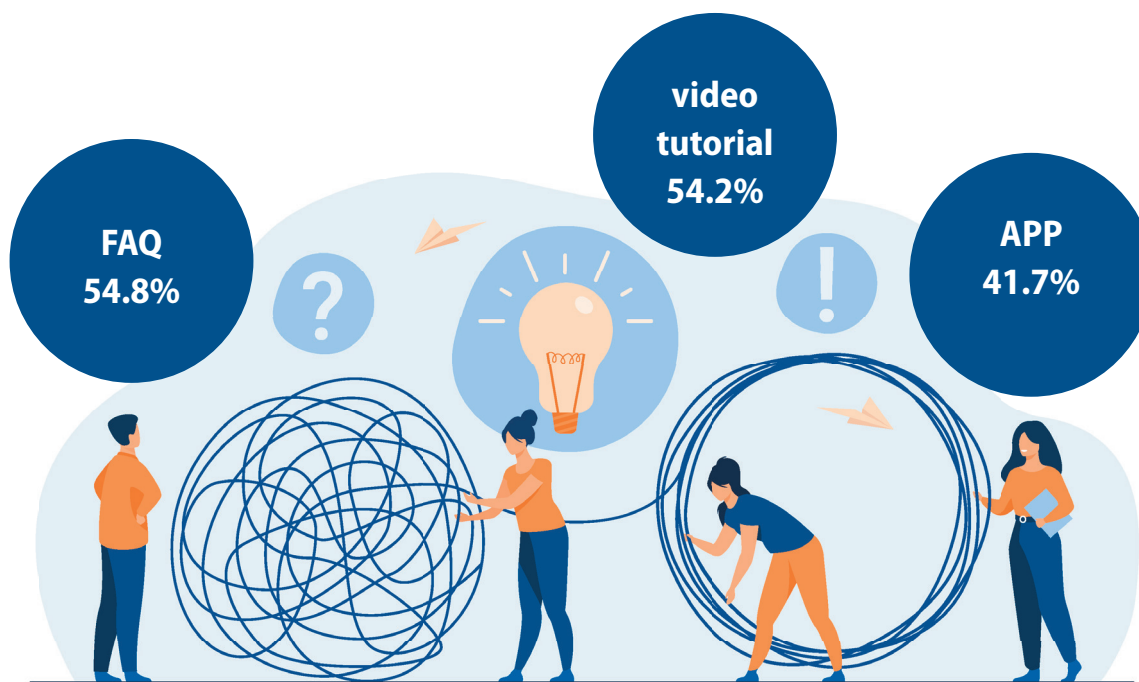
Suggerimenti per la nuova programmazione?

Quali strumenti attivare?

Pubblicazione di FAQ relative ai nuovi bandi sul portale PSRCampaniaComunica (54.8%), realizzazione di video tutorial per la compilazione delle domande di partecipazione ai bandi (54.2%) e implementazione di

un'app per device mobile dedicata a news e bandi (41.7%): questi i bisogni più espressi.

Altra esigenza da non sottovalutare è la possibilità di promuovere campagne social per migliorare la conoscenza di nuovi bandi; non particolarmente significative le richieste di attivazione di specifici canali social.



Comunicare le opportunità. Una priorità per il CSR 2023-2027

Dai risultati della survey emerge chiaramente che gli strumenti implementati nell'ambito della strategia di comunicazione multicanale del PSR Campania hanno riscosso consensi significativi nell'intercettare informazioni qualificate sulle significative opportunità per la crescita delle imprese rurali e lo sviluppo socio-economico dei territori di riferimento.

Il sondaggio restituisce un'indicazione precisa: all'interno di una valutazione più che positiva degli strumenti finora messi in campo per il PSR, gli utenti chiedono una comunicazione maggiormente calibrata sulle opportunità, con un'informazione ancora più tempestiva, densa e capillare. Un'esigenza che deve essere raccolta e messa

in pratica per il CSR (Complemento di Sviluppo Rurale) 23-27 della Regione Campania dalla Direzione generale per le Politiche agricole, alimentari e forestali che, con il supporto di Sviluppo Campania, è chiamata, da un lato, a rendere ancora più performanti gli efficaci strumenti già operativi, dall'altro a realizzarne di nuovi (quali, ad esempio, app per device mobile, video tutorial, campagne social) per essere al passo con le esigenze di un'utenza sempre più smart e consapevole, che si muove con grande padronanza nel mondo digitale.

Multicanalità, complementarità e integrazione degli strumenti digitali saranno, quindi, i driver strategici per la prossima pianificazione di strumenti di comunicazione.

