

<b>1. Soggetto capofila</b>	<b>CREA</b>
<b>1. Altre Istituzioni coinvolte</b>	<b>ISMEA, SIN, MiPAAF</b>

<b>2. Tematica</b>	<b>Comunicazione e trasferimento di conoscenza al grande pubblico</b>
--------------------	---

<b>3. Titolo del progetto<sup>1</sup></b>	<b>RRN Magazine, notizie dal mondo rurale</b>
<b>codice Azione programma</b>	<b>Azione 3.1.1 Capillare diffusione delle informazioni e trasferimento di buone pratiche in materia di comunicazione Azione 2.1.1 Collegamento, messa in rete e networking</b>
<b>codice Attività programma</b>	<b>3.1.1a); 3.1.1 e) 2.1.1 c) - 2.1.1 d)</b>

<b>4. Responsabile del progetto</b>	Nome e Cognome	
	Tel	
	e-mail	

<b>5. Durata (mesi)</b>	
-------------------------	--

<b>6. Importo (€) (suddiviso per priorità e per voce di spesa)</b>		Tipologia di spesa	Pr I	Pr II	Pr III	Pr IV	Pr V	Di cui accordo attività base	Di cui convenzioni integrate biennali	Totale
Beni e servizi										
Costi indiretti										
Totale ente										
Ente 2	Risorse umane									
	Beni e servizi									
	Costi indiretti									
Totale ente										
TOT gen progetto										

<b>7. Personale impiegato (indicare mesi/uomo e qualifiche)</b>	
---	--

<sup>1</sup> Il progetto proposto deve coordinarsi con la più ampia azione di comunicazione della Rete (portale, altri strumenti di comunicazione quali newsletters, ...) diretta al grande pubblico e agli stakeholder.

## 8. Descrizione del progetto

### Breve Sintesi

Il progetto proposto, in continuità con la passata programmazione (RRN Magazine, la Rivista della Rete rurale nazionale) è finalizzato a promuovere il trasferimento della conoscenza sulle politiche di sviluppo rurale, dando trasparenza ai processi di implementazione e visibilità alle azioni sostenute dalla politica che interviene nei territori rurali. Si tratta di uno strumento informativo in grado di approfondire i temi strategici dello sviluppo rurale dal punto di vista tecnico-scientifico, favorendo scambi di idee e dibattiti sui temi di attualità “rurale”, dando voce ai diretti interessati (Istituzioni, stakeholders, beneficiari), descrivendo esperienze di campo.

RRN Magazine è un quadrimestrale che si propone di dar voce alla politica di sviluppo rurale nelle sue diverse declinazioni, offrendo una lettura trasversale dei temi propri della stessa e il punto di vista dei diversi attori siano essi istituzionali, territoriali, economici, sociali.

La composizione dei numeri, in continuità con la precedente edizione, deve mantenere l'equilibrio tra le varie rappresentazioni di cui sopra, offrendo spazio per l'approfondimento, il lancio di discussioni su temi nuovi o di interesse generale, racconti di esperienze e casi studio realizzati sul territorio e con cariche innovative o di esemplarità, interviste a soggetti coinvolti in azioni di politica di sviluppo rurale, senza tralasciare anche il racconto di realtà/progettualità europee che possano stimolare riflessioni sull'applicazione della politica stessa. Deve trattarsi di un prodotto editoriale in grado di rappresentare i temi di interesse, la bontà delle azioni di politica ma anche elementi di criticità che possono essere superati, offrendo, ove possibili, anche soluzioni adottate in differenti contesti di riferimento (come azione di stimolo al miglioramento dell'efficacia della politica).

Nel periodo 2007-17, l'apprezzamento da parte del pubblico dei lettori per la scelta di dedicare ciascun numero ad un tema specifico induce a considerare anche per il nuovo strumento la natura tematica, approfondendo un tema, declinandolo in maniera differente a secondo dei contesi e dei soggetti chiamati a contribuire al dibattito. La scelta dei temi avviene sulla base di un confronto in seno al Comitato di redazione, tenendo conto di particolari istanze provenienti dal più allargato CdS o da specifici argomenti di discussione nuovi o di stretta attualità alla novità introdotte

In continuità con il passato, dunque, si propone di mantenere ciascun numero ancorato ad un tema specifico, permettendone la lettura complessiva, fornendo diverse interpretazioni a seconda degli attori/redattori e di coglierne le differenti sfaccettature.

Ove necessario con il numero saranno prodotti degli opuscoli divulgativi/informativi sul tema oggetto di approfondimento del Magazine.

**Inquadramento del progetto nel Programma Rete** (collegamento con l' *“obiettivo specifico”* corrispondente ed il *“risultato dell'azione”* corrispondente)

Il progetto si collega all'**Obiettivo specifico 3.1 “Migliorare l'accesso alle informazioni e la comunicazione della politica di sviluppo rurale”** e all'azione collegata **3.1.1 Capillare diffusione delle informazioni e trasferimento di buone pratiche di comunicazione** e risultato atteso **“Trasparenza e visibilità delle politiche di sviluppo rurale”**.

In particolare il progetto RRN Magazine si preveda raggiunga prioritariamente il gruppo target 3 ma ha ampi collegamenti anche con il gruppo target 2 e il gruppo target 1 in quanto protagonisti e diretti interessati dell'azione di diffusione e comunicazione prevista dallo strumento informativo (output).

In continuità con la programmazione 2007-13 il Magazine infatti si propone di coinvolgere come soggetti attivi tutte le componenti, istituzionali, sociali ed economiche CdS, soggetti che di fatto “partecipano” all'azione di costruzione dello strumento di comunicazione e ne sono protagonisti in quanto il Magazine raccoglie pareri, testimonianze, punti di vista ed esperienze di tutti coloro che vivono i contesti rurali e beneficiano, direttamente o indirettamente, delle azioni di politica di sviluppo rurale.

Ricadute e benefici effettivi del progetto sul gruppo target di riferimento e descrizione del processo di coinvolgimento ed animazione dei soggetti a cui è destinata l'attività.

Il coinvolgimento del mondo rurale (soggetti istituzionali, economici, sociali sono destinatari e nel contempo protagonisti dell'attività) avviene attraverso la rete delle relazioni che la rete stessa ha realizzato e che continuerà a costruire nell'ambito del suo specifico ruolo. La rete di relazioni è funzionale a ricevere input e stimoli per la proposizione di tematiche e argomenti di approfondimento di interesse per il pubblico del mondo rurale e al contempo fornisce la base conoscitiva necessaria per proporre al lettore gli approfondimenti, le esperienze, i punti di vista degli stessi attori. In un processo che si autoalimenta e che dunque crea una domanda informativa e ne costruisce l'offerta. Il contatto con il lavoro delle varie antenne della rete attive a livello locale e con le reti estere rappresentano il punto di riferimento per la raccolta anche di esperienze e di esempi, capaci di stimolare il dibattito a livello centrale.

Il comitato di redazione del Magazine deve contemplare al suo interno anche rappresentanti del mondo istituzionale, sociale ed economico, al fine di rappresentare le diverse anime, percezioni, istanze da considerare per la produzione dei singoli numeri.

Output previsti (in riferimento agli output dell'Azione di riferimento)

- **Materiale promozionale, pubblicazioni (3 numeri per anno di RRN Magazine)**
- **Materiale promozionale, pubblicazioni (opuscoli informativi/divulgativi su temi di attenzione del Magazine)**