

Ismea 2.1

Istituzione proponente	Ismea
Altri soggetti partecipanti	Collaborazione con il CREA per le azioni riguardanti la gestione della Rete (Priorità 5)

Tematica	Comunicazione compreso il trasferimento dell'innovazione esistente
-----------------	--------------------------------------------------------------------

Titolo del progetto	Comunicazione RRN 2014-20					
Codice/i Azione programma	112	221	311	421	511	512
Codice/i Attività programma	A	C	A, B	D, E	B	A, C

Durata (mesi)	24 mesi (1 gennaio 2017 – 31 dicembre 2018)
----------------------	---------------------------------------------

Descrizione del progetto
<p><u>Breve sintesi</u></p> <p>L'attività di comunicazione del biennio 2017-18 deriva prioritariamente dalle azioni previste nel Piano di Comunicazione 2016, che ha rappresentato il primo output della RRN 2014-20. Nella fase iniziale del periodo si realizzeranno attività a supporto dell'AdG della Rete, finalizzate ad avviare la progettazione esecutiva dei principali strumenti e canali di comunicazione previsti nel piano. In particolare, l'azione di supporto all'AdG riguarderà i seguenti prodotti/servizi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuova Immagine coordinata, strumentale alla connotazione di tutte le azioni della Rete, consentendone la riconoscibilità, prevedendo la declinazione della stessa per le diverse categorie di output della comunicazione; • Sistema di media relation, attraverso la partecipazione ad un presidio deputato alla redazione e alla diffusione delle informative riguardanti gli output della Rete (servizi, news, ecc.) presso i media e le diverse categorie target; • Social media, prevedendo la costituzione di una redazione che "abiti" in modo efficace le principali piattaforme (Fb, Tw), ampliando e mantenendo vivo il livello di interesse e di interazione con la platea degli interlocutori, portando a una crescita della reputazione della RRN come produttrice di contenuti di alta qualità; • Animazione attraverso l'organizzazione di workshop e la partecipazione a fiere • Realizzazione di campagne di comunicazione su obiettivi specifici, in accordo con la progettualità prevista per le diverse tematiche. • <p>L'obiettivo del biennio, infatti, è quello di assicurare la piena realizzazione di tutte le attività di comunicazione rivolte ai diversi target passando dalla progettazione delle diverse azioni alla piena operatività, con una riserva per le azioni della priorità 5 "gestione della RRN", subordinate al confronto con le AdG all'interno del tavolo di coordinamento.</p> <p>Inoltre, in considerazione dell'attuazione dei singoli PSR si rende quanto mai prioritario in questo biennio dare la giusta visibilità e voce alle opportunità messe a disposizione dei potenziali beneficiari, per questo le attività di comunicazione rivolte esclusivamente al target 3 saranno pianificate a partire dal 2018.</p> <p>Al termine del primo periodo di attività, sarà garantito il necessario supporto all'AdG per la realizzazione delle attività previste nel <u>Piano di Comunicazione (PdC) della RRN (v. strategia di comunicazione)</u>, di cui si evidenzia:</p>

la strategia di comunicazione, volta a perseguire le seguenti finalità:

- **rafforzamento della consapevolezza su benefici e opportunità dello sviluppo rurale**, attraverso la pubblicazione di dati e informazioni sulle opportunità di finanziamento e sui bandi nell'ambito dei Programmi di sviluppo rurale;
- **riduzione della distanza tra istituzioni e pubblico** e miglioramento delle conoscenze dei cittadini sui risultati delle politiche UE e, in particolare, dei progetti e delle buone pratiche realizzate con i Fondi strutturali, anche al fine di aumentare la partecipazione ai progetti;
- **costruzione di reti partenariali**, in particolare con i media, per massimizzare l'efficacia della comunicazione sul territorio.

la declinazione degli obiettivi della comunicazione per i diversi livelli:

- a livello di politica di SR, per favorire la diffusione dei risultati dei 21 Programmi di Sviluppo Rurali (PSR) attuati dalle Regioni e dalle Province Autonome, attraverso azioni sinergiche e complementari alle attività di comunicazione realizzate dai PSR, per comunicare il valore aggiunto della PAC e della politica di sviluppo rurale.
- a livello di Programma: comunicazione sul programma Rete, finalizzata alla conoscenza e diffusione delle attività e delle opportunità offerte dalla RRN verso i tre gruppi target del programma (AdG regionali, stakeholder e pubblico).
- a livello di Schede progetto: informazione sui progetti implementati e sul loro impatto sul pubblico e sui beneficiari potenziali ed effettivi)

In accordo con la strategia del PdC, gli obiettivi operativi della comunicazione della RRN possono essere così sintetizzati:

comunicare il ruolo della RRN come fornitore di contenuti, servizi e capacità di creare relazioni (media strategy)

- **“abitare” la rete e i più importanti social network**, per generare fiducia e relazioni verso i target di riferimento, oltre che per suscitare l'interesse dei gruppi target anche verso l'approfondimento di temi, opportunità, e dinamiche delle politiche di sviluppo rurale (da realizzare anche attraverso il coinvolgimento di blogger e influencer della rete).
- **differenziare gli strumenti e i canali di comunicazione in relazione ai 3 target del programma** privilegiando - per il grande pubblico le campagne di comunicazione attraverso le emittenti radiofoniche e/o il circuito del cinema, per gli stakeholder (target 2) i periodici specializzati e per le Regioni il circuito delle tv locali, in modo da facilitare opportune sinergie con i Psr.
- **incontrare la community offline**, attraverso eventi nelle piazze, per favorire il coinvolgimento attivo del pubblico (comprese le fasce più giovani, ad es. studenti) e per dare continuità all'attività di comunicazione on line effettuata attraverso i social network, collegandola a momenti di rafforzamento della community (eventi ad hoc).
- **incontrare gli operatori attraverso le fiere di settore**, con un approccio più strategico rispetto al passato e più mirato al consolidamento della community. Fondamentale sarà la collaborazione con le organizzazioni agricole e più in generale con i sistemi informativi già presenti sul territorio. Inoltre, saranno previste attività specifiche per lo scambio di buone pratiche online e offline (strumenti multimediali da condividere sui social, study visit ecc.).

Più in dettaglio, il progetto si articola nelle seguenti attività:

Attività di comunicazione rivolta al TARGET 1: ADG, OP, ecc. (azione 112)

- Realizzazione di una sezione all'interno di Pianeta PSR destinata al target AdG su tematiche tecniche (es: costi semplificati, baseline, ecc.)
- Supporto all'organizzazione di workshop e focus group sulle principali tematiche di interesse per i PSR

Attività di comunicazione rivolta al TARGET 2: beneficiari, stakeholders (azione 221)

- Campagna di informazione “**baseline**” sulle novità e alcuni temi chiave della Riforma PAC (p.e. il regime di condizionalità, le misure di inverdimento dei pagamenti diretti, con l'obiettivo di sensibilizzare gli agricoltori sull'importanza di sviluppare sistemi di produzione sostenibili, ecc.), anche attraverso l'utilizzo dei CAA come diffusori capillari dei messaggi (cfr. scheda progetto Ismea 5.1 Ambiente e paesaggio) - azione 221
- **Campagna d'informazione** pilota destinata agli imprenditori agricoli e ai tecnici (agronomi, alimentaristi, veterinari, ecc.) per la diffusione di buone pratiche di mitigazione e adattamento rispetto ai cambiamenti climatici e delle relative opportunità di finanziamento nei PSR, anche attraverso il **trasferimento e lo scambio di esperienze** di successo (cfr. scheda progetto Ismea 14.1 Clima e scheda Crea 5.2) - azione 221
- Campagna **radio** ibrida sui benefici offerti dalle politiche dello SR – azione 221
- Introduzione di nuove modalità di comunicazione, quali: infografica, graphic novel, webseries, story telling di esperienze dei soggetti beneficiari, elaborazioni di video tutor pilota (guide per un'ottimizzazione del piano di sviluppo aziendale e dei finanziamenti), da diffondere viralmente anche attraverso social network e newsletter- azione 221
- Organizzazione di azioni di comunicazione puntando su una selezione ragionata e strategica di attività tematiche in collegamento con quanto previsto nelle varie schede progetto dell'Ismea.

Attività di comunicazione rivolta al TARGET 3: società civile (azione 311)

- Campagna di comunicazione ibrida rivolta al grande pubblico e agli stakeholder su temi chiave attraverso la **radio**. A seguito della progettazione nel primo biennio della campagna radio target ibrido per informare i cittadini sui benefici delle politiche di sviluppo rurale, nel corso del biennio 2017-2018 si procederà alla realizzazione della stessa. La campagna ha anche degli aspetti “ibridi” “in quanto permette di sollecitare gli agricoltori (target 2) sull'utilizzo dei fondi - azione 311
- Campagna di comunicazione cross-mediale/non convenzionale al grande pubblico sul tema dei **cambiamenti climatici** (cfr. scheda progetto “Clima RRN”) e del **biologico** (cfr. scheda progetto “Filiera bio RRN”) - azione 311
- Consolidamento del ruolo di **Pianeta PSR 2020**, attraverso una riprogettazione dei contenuti, della grafica e delle modalità di comunicazione (infografica, ebook, ecc.) - azione 311
- Partecipazione della RRN ai principali **eventi e fiere** riguardanti l'agroalimentare - azione 311
- Organizzazione di azioni di comunicazione puntando su una selezione ragionata e strategica di attività tematiche - azione 311

Attività di comunicazione rivolta al TARGET 2 - Priorità 4: Promuovere l'innovazione (azione 421)

- Sviluppo di un servizio dedicato a favorire la diffusione delle innovazioni e lo scambio di conoscenza sull'innovazione, attraverso la progettazione e realizzazione di applicativi web che consentano di navigare i dati relativi a innovazioni esistenti, i casi di successo e gli esperti (per gli output vedi scheda progetto Ismea 25.1 "Divulgazione delle innovazioni esistenti e buone pratiche aziendali")

Attività di comunicazione inerenti la gestione della Rete (azione 511, 512)

- Supporto al tavolo di coordinamento attività di comunicazione società civile - in fase di costituzione – per le seguenti attività:
 - a. raccogliere le esigenze in termini di comunicazione e scambiare le esperienze attraverso focus group, modalità web (area dedicate ai "comunicatori" regionali, instant book, webinar, ecc.); cfr. anche la scheda progetto "Cooperazione tra Amministrazioni" (azione 511)
 - b. redigere linee guida condivise a livello nazionale per le attività di comunicazione inerenti i PSR (azione 511)
- Supporto all'attività di alimentazione del portale della RRN come l'archiviazione dei documenti, la redazione di pagine web, ecc. (azione 511)

Nell'ambito delle attività proposte nella scheda, saranno comprese attività di supporto su aspetti specifici eventualmente richiesti dal Mipaaf o dalle AdG regionali.

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

- Obiettivo 1.1 "miglioramento dei risultati e degli impatti della politica di sviluppo rurale in Italia" attraverso la realizzazione di momenti di confronto tra le AdG in materia di comunicazione, la realizzazione di linee guida sulla tematica e attraverso nuove modalità di comunicazione. I risultati a cui tendono le attività sono l'aumento degli scambi di esperienze per il rafforzamento delle competenze gestionali e progettuali dei PSR.
- Obiettivo 2.2 "favorire la cultura di impresa, l'accesso ai finanziamenti e l'imprenditoria giovanile", tramite la realizzazione di una campagna di informazione sulle novità e alcuni temi chiave della riforma. I risultati a cui tendono le attività sono l'incremento della diffusione delle opportunità offerte dai PSR e la diffusione delle informazioni sui temi chiave della politica di sviluppo rurale
- Obiettivo 3.1. "Migliorare l'accesso alle informazioni e la comunicazione della politica di sviluppo rurale" tramite la testata on line Pianeta PSR, campagne di comunicazione convenzionali e non convenzionali, strumenti multimediali e azioni che coinvolgono opinion maker della società civile. I risultati a cui tendono le attività sono l'incremento della trasparenza, visibilità delle politiche di sviluppo rurale e la capacità attrattiva della moderna agricoltura.
- Obiettivo 4.2 "Promuovere l'innovazione nel settore primario ed agroalimentare e per le imprese nelle zone rurali" attraverso l'organizzazione di azioni di comunicazione sulla tematica. Obiettivo
- 5.1 "Assicurare una corretta ed efficace gestione, comunicazione, monitoraggio e valutazione del Programma Rete Rurale Nazionale" attraverso un supporto alle attività di gestione e funzionamento delle strutture della Rete e del Piano di Comunicazione della Rete

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.

Le attività previste sono finalizzate sia a diffondere le informazioni, favorire lo scambio di esperienze, il coordinamento nazionale e innalzare la capacità progettuale delle AdG sul tema della comunicazione, sia a garantire la capillare diffusione delle informazioni - sui temi chiave della politica di sviluppo rurale - agli agricoltori e al grande pubblico, impiegando contemporaneamente modalità e strumenti di comunicazione tradizionali e innovativi.

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

Attività di comunicazione rivolta al TARGET 1: ADG, OP, ecc. (azione 112)

Attività di Supporto e consulenza

5 *Workshop/focus group* sui progetti specifici dell'Ismea (supporto operativo all'organizzazione)

2 *Convegno/seminario/videoconferenza* sui progetti specifici dell'Ismea (supporto operativo all'organizzazione)

1 *Piattaforma on line* per la consultazione delle banche dati regionali sulla competitività

Attività di comunicazione rivolta al TARGET 2: beneficiari, stakeholder (azione 221)

Attività di Supporto e consulenza

6 *Workshop/focus group* sui progetti specifici dell'Ismea (supporto operativo all'organizzazione)

4 *Convegno/seminario/videoconferenza* sui progetti specifici dell'Ismea (supporto operativo all'organizzazione)

2 *Progetti ad hoc*:

- campagna di comunicazione crossmediale sulle baseline, uno dei temi principali della nuova PAC e dei PSR – azione 221
- campagna d'informazione pilota tradizionale/innovativa per la diffusione di buone pratiche di mitigazione e adattamento rispetto ai cambiamenti climatici e delle relative opportunità di finanziamento nei PSR - azione 221

Attività di comunicazione rivolta al TARGET 3: società civile (azioni 311)

Attività di supporto e consulenza

2 *Progetti ad hoc*:

- campagna radio ibrida sui benefici offerti dalle politiche dello SR – azione 311
- campagna di comunicazione pilota cross-mediale/non convenzionale rivolta al grande pubblico sul tema dei **cambiamenti climatici** (cfr. scheda progetto "Clima RRN") e del biologico - azione 311

1 *Piattaforma on line – Social network*: redazione della rivista on-line PianetaPsr – azione 311

Strumenti multimediali (N. da definire): implementazione di strumenti multimediali ai canali di comunicazione della RRN, progettazione e realizzazione di modalità innovative di comunicazione (infografica, graphic novel, webseries, ecc.), a supporto del portale e dei social della RRN, di PianetaPsr, di progetti di comunicazione specifici – azione 311

Materiale promozionale e pubblicazioni (N. da definire): stampa per la diffusione di materiale promozionale e pubblicazioni in occasione di convegni, seminari, videoconferenza – azione 311

Attività di comunicazione Priorità 4: innovazione (azioni 421)

Attività di supporto e consulenza

1 *Piattaforma on line*: Social network - sviluppo di applicativi web che consentano di navigare i dati relativi a innovazioni esistenti, i casi di successo e gli esperti (vedi scheda progetto Ismea 25.1 "Divulgazione delle innovazioni esistenti e buone pratiche aziendali")

Attività di comunicazione - Priorità 5: Gestione della Rete (azioni 511, 512)

Attività di supporto e consulenza, compresi:

- attività di media relation volta alla redazione e alla diffusione delle informazioni riguardanti le attività svolte dalla RRN, il cui presidio sarà garantito in collaborazione con Crea e con il coordinamento del Mipaaf – azione 512; definizione di una policy e alla redazione di linee guida per l'attività di social media volta alla diffusione delle informazioni riguardanti le attività svolte dalla RRN, da realizzare in collaborazione con Crea e con il coordinamento del Mipaaf – azione 512;
- alimentazione del portale della RRN e piattaforme web dedicate – azione 511;
- supporto alla attivazione di un gruppo operativo presso il tavolo tecnico con le Adg per la definizione di linee guida sull'attività di comunicazione – azione 511;
- supporto alla predisposizione di un documento con le linee guida relative all'attività di comunicazione dei Psr – azione 511;
- supporto per tracciare le esigenze delle Adg/Op in materia di scambio di informazioni/buona pratiche – azione 511;
- attività di comunicazione, attraverso la partecipazione a stand allestiti dal Mipaaf e la distribuzione di materiali, e di animazione su tematiche da individuare di volta in volta - azione 512

Materiale promozionale N. da definire: stampa e distribuzione di materiale promozionale e brochure, da realizzare sugli obiettivi del programma, sulle attività in svolgimento, sui risultati conseguiti – azione 512

3 Convegni nazionali su tematiche dello sviluppo rurale azione 512