



Valutazione indipendente del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-2020

Rapporto Tematico sulla Priorità Strategica 3  
“Informazione - Comunicazione sulla politica di sviluppo  
rurale e condivisione di conoscenze”

Giugno 2021

## INDICE

<b>Lista degli Acronimi .....</b>	<b>3</b>
<b>Premessa .....</b>	<b>4</b>
<b>1    Gli ambiti di analisi.....</b>	<b>5</b>
1.1    La Priorità Strategica 3- “Informazione - Comunicazione sulla politica di sviluppo rurale e condivisione conoscenze” .....	6
1.2    Le Schede Progettuali della Priorità Strategica 3.....	7
1.3    Le altre Priorità Strategiche e i progetti tecnico/ scientifici divulgati attraverso la comunicazione.....	10
<b>2    La Metodologia.....</b>	<b>16</b>
<b>3    Indagini e strumenti di rilevazione.....</b>	<b>18</b>
<b>4    Analisi e valutazione dei risultati .....</b>	<b>19</b>
<b>5    Conclusioni e raccomandazioni.....</b>	<b>22</b>
<b>Allegato I.....</b>	<b>24</b>

---

## Lista degli Acronimi

**ACA-** Misure agro-climatico ambientali

**AdG-** Autorità di Gestione

**CdS** - Comitato di Sorveglianza

**CE-** Commissione Europea

**FEASR-** Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale

**GAL-** Gruppi di Azione Locale

**MiPAAF** - Ministero per le Politiche Agricole, Alimentari e Forestali

**OG-** Obiettivo Generale

**OP-** Organismo Pagatore

**OS-** Obiettivo Specifico

**PAC-** Politica agricola comune

**PS-** Priorità Strategica

**PSR-** Programma di Sviluppo Rurale

**RA-** Risultato atteso

**RAV-** Rapporto Annuale di Valutazione

**RRE-** Rete Rurale Europea

**RRN-** Rete Rurale Nazionale

**STC-** Segreteria tecnica di coordinamento

**UE-** Unione europea

---

## Premessa

La presente Valutazione Tematica 2021 **“L’efficacia della comunicazione in ambito RRN. Il contributo della Priorità Strategica 3: Informazione - Comunicazione sulla politica di sviluppo rurale e condivisione di conoscenze”** ha come finalità quella di verificare la qualità di tali azioni a partire da criteri valutativi predefiniti, allo scopo di formulare suggerimenti utili a migliorare l’attuazione e il contenuto degli strumenti e delle attività realizzate all’interno del Programma Rete Rurale Nazionale e per disegnare in maniera più efficace una Strategia di comunicazione per un nuovo ciclo di programmazione.

Nello specifico, ci si sofferma sull’analisi delle potenzialità divulgative dell’attività di comunicazione istituzionale collegata alla diffusione dei contenuti tecnico / scientifici di progetti inseriti all’interno delle Schede Progetto (di seguito “Schede”). Queste azioni sono programmate sia all’interno della Priorità Strategica 3 (di seguito PS 3), che nell’ambito di altre Priorità Strategiche (PS) e hanno finalità informative e divulgative verso stakeholder pubblici e privati e verso la cittadinanza in generale.

La PS 3 “Informazione - Comunicazione sulla politica di sviluppo rurale e condivisione delle conoscenze”, in particolare, si rivolge principalmente alla società civile con l’obiettivo specifico di coinvolgere nuovi soggetti e creare conoscenza e informazione sulle politiche di sviluppo rurale.

È utile ricordare, in questo contesto, che la definizione di una specifica strategia per le azioni di comunicazione, informazione e pubblicità risponde a quanto prescritto dal Regolamento (UE) n. 808/2014, Allegato III - “Informazione e pubblicità”, parte I.

La centralità di tali interventi è continuamente ribadita dalla Commissione europea - DG AGRI - che riserva grande attenzione alla loro efficacia. Si ritiene, infatti, che le attività di comunicazione siano cruciali nella promozione delle iniziative della politica agricola verso i potenziali beneficiari e anche nell’ampliare la conoscenza complessiva dei Programmi di Sviluppo Rurale e dei relativi risultati conseguiti sul territorio. Tali attività sono giudicate rilevanti anche rispetto allo sviluppo di temi specifici portati avanti con le politiche comunitarie allo scopo di accrescere la consapevolezza nel grande pubblico della politica di coesione attuata dall’UE.

Alla luce di tali considerazioni, si rafforza l’utilità di un approfondimento valutativo sull’efficacia della strategia di comunicazione. Il rapporto in oggetto rappresenta, in questa prospettiva, soltanto un passaggio preliminare, con una prima valutazione degli interventi afferenti alla PS 3. Il percorso avviato troverà un primo compiuto approdo nei prossimi mesi, quando le analisi riportate nel presente documento saranno integrate con una valutazione più complessiva della strategia di comunicazione del Programma RRN.

Il contenuto delle Schede è stato estratto dal Piano Biennale 2019- 2020<sup>1</sup>, frutto di un lavoro corale tra gli Enti attuatori, che hanno raccolto e accolto suggerimenti e indicazioni per il miglioramento della programmazione delle attività, i responsabili del MiPAAF e il partenariato economico e sociale del Programma.

---

<sup>1</sup> Piano Biennale 2019- 2020, versione del 19/10/2020, è disponibile all’indirizzo <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19821>.

---

## 1 Gli ambiti di analisi

Nel quadro programmatico generale del Programma della Rete Rurale Nazionale 2014-2020, **le Priorità Strategiche**, definite sulla base di fabbisogni specifici e che si rivolgono a target diversi, **concorrono al raggiungimento delle seguenti finalità**:

- stimolare la partecipazione dei portatori d'interesse all'attuazione dello sviluppo rurale;
- migliorare la qualità dell'attuazione dei programmi di sviluppo rurale;
- informare il pubblico e i potenziali beneficiari sulla politica di sviluppo rurale e su eventuali possibilità di finanziamento;
- promuovere l'innovazione nel settore agricolo, nella produzione alimentare, nella silvicoltura e nelle zone rurali.

Come anticipato, **è proprio della PS 3 l'obiettivo di informare il "grande pubblico"** - declinato in modi diversi e variamente coinvolto nei processi decisionali - **sui risultati raggiunti dalla politica di sviluppo rurale nei territori rurali e nelle aziende agricole** al fine di migliorare la conoscenza su temi chiave della PAC, sul ruolo dell'UE e di sensibilizzare le nuove generazioni sull'importanza delle opportunità economiche e "di vita" offerte dalle aree rurali e dagli interventi dello sviluppo rurale.

Come le altre PS, essa si articola in:

- Obiettivi Specifici (OS), ovvero scopi da raggiungere così come definiti sulla base dei fabbisogni individuati a livello di Programma;
- Risultati Attesi (RA): aspetti concreti sui quali il Programma intende incidere;
- Azioni: attività verso le quali indirizzare le iniziative e gli output delle diverse Schede.

Infine, le singole **Schede Progetto** sono definite all'interno del "Piano di Comunicazione 2021-2023" **come** degli "**strumenti di intervento**"<sup>2</sup> per veicolare il contenuto dell'Obiettivo Strategico "Comunicare la politica di Sviluppo Rurale" - obiettivo di comunicazione dell'intera RRN - e per realizzare 2 dei 4 Obiettivi Specifici ad esso collegati: migliorare l'informazione sullo Sviluppo Rurale e favorire l'acquisizione di conoscenze tematiche.

---

<sup>2</sup> Cfr. Piano di Comunicazione RRN 2021- 2023, bozza del 29/04/2021.



Tabella 1- Stralcio del quadro di Sintesi degli interventi previsti dal Piano di comunicazione 2021- 2023

Strategia di Comunicazione 2014- 2020: Obiettivi		Piano di comunicazione 2021- 2023: Linee di intervento		
Strategici	Specifici	Priorità Strategica	Target	Strumenti di intervento
Comunicare la politica di sviluppo rurale	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Migliorare l'informazione sullo sviluppo rurale (SR)</li> <li>▪ Favorire l'acquisizione di conoscenze tematiche</li> </ul>	PS 3: Comunicazione, informazione e scambio conoscenze sulla politica di sviluppo rurale	Società civile	Schede Progetto

### 1.1 La Priorità Strategica 3- “Informazione - Comunicazione sulla politica di sviluppo rurale e condivisione conoscenze”

La PS 3, come già evidenziato sopra, si rivolge alla società civile nel tentativo di dare visibilità e concretezza ai risultati conseguiti sul territorio dalla politica di Sviluppo Rurale, promuovendo la fiducia verso le istituzioni europee, nazionali e regionali, stimolando la realizzazione di processi decisionali democratici ed inclusivi che prevedano la partecipazione attiva dei cittadini, del partenariato socioeconomico e dei territori e cercando di migliorare la conoscenza su temi chiave dello sviluppo rurale e della PAC.

Gli Obiettivi Specifici associati a questa PS e le relative Azioni sono:

- OS 3.1: Migliorare l'accesso alle informazioni e la comunicazione della politica di sviluppo rurale. L'obiettivo mira a diffondere in maniera capillare l'utilità- economica, sociale e ambientale - dei progetti finanziati dal fondo FEASR delle iniziative realizzate nell'ambito dei diversi progetti di ricerca o a finalità tecnico/ divulgativa.

Direttamente collegata all'OS 3.1 vi è l'azione 3.1.1 “Capillare diffusione delle informazioni e trasferimento di buone pratiche in materia di comunicazione”, volta a dare efficacia alle azioni di comunicazioni attraverso canali di diffusione e nuovi strumenti di comunicazione.

- OS 3.2: Coinvolgimento attivo di nuovi soggetti/attori nelle politiche di sviluppo rurale. Questo obiettivo mira a diffondere, a “calare”, la comunicazione nei territori, nei contesti locali, privilegiando l'utilizzo di strumenti di comunicazione più mirati rispetto ad una comunicazione massiva e generalista e cercando di veicolare messaggi di tipo economico (sviluppo economico sostenibile e valorizzazione imprenditoria agricola come opportunità occupazionale), sociale (ascolto territorio) e ambientale (valorizzazione dei beni pubblici e delle comunità rurali).

Direttamente collegate all'OS 3.2 sono le seguenti azioni: 3.2.1 “Trasferimento delle conoscenze sulle politiche di sviluppo rurale attraverso un approccio interattivo basato sulla collaborazione tra più soggetti/sistemi” e 3.2.2 “Creazione di occasioni di confronto e

coinvolgimento per la partecipazione attiva alla definizione delle politiche di sviluppo rurale, anche attraverso l'integrazione con altre politiche”.

Nella tabella di seguito riportata a ciascuna Azione vengono associate delle “Attività principali” utili a identificare il contenuto specifico delle attività di comunicazione verso i target 2 e 3.

**Tabella 2- Obiettivi Specifici, Azioni e attività principali di comunicazione in ambito PS 3**

Obiettivo Specifico	Azione	Attività principali
3.1 Migliorare l'accesso alle informazioni e la comunicazione della politica di sviluppo rurale	3.1.1 “Capillare diffusione delle informazioni e trasferimento di buone pratiche in materia di comunicazione”	1. Trasferimento esperienze di successo; 2. Trasferimento buone pratiche; 3. Creazione e fruibilità di banche dati di interesse pubblico.
3.2 Coinvolgimento attivo di nuovi soggetti/attori nelle politiche di sviluppo rurale	3.2.1 “Trasferimento delle conoscenze sulle politiche di sviluppo rurale attraverso un approccio interattivo basato sulla collaborazione tra più soggetti/sistemi”	1. Trasferimento delle conoscenze e divulgazione tecnico/scientifica; 2. Definizione di nuove modalità di attuative (di progetti scientifici, iniziative imprenditoriali ecc.) e replicabilità dei metodi attraverso le relazioni/ la cooperazione tra sistemi (istituzioni, produzione, territori).
	3.2.2 “Creazione di occasioni di confronto e coinvolgimento per la partecipazione attiva alla definizione delle politiche di sviluppo rurale, anche attraverso l'integrazione con altre politiche”	1. Interazione con i territori per la valorizzazione degli stessi; 2. Partecipazione attiva di varie fasce di attori sociali (comunità locali, imprenditori, cittadini, professionisti) ai processi decisionali di modo tale da condividere e rendere trasparenti alcuni aspetti della politica di sviluppo rurale.

## 1.2 Le Schede Progettuali della Priorità Strategica 3

All'interno della PS 3 sono direttamente programmate 3 Schede Progettuali:

- ISMEA 2.1 Comunicazione RRN 2014-20
- CREA 2.1 Eccellenze Rurali
- CREA 2.2 Sinergie.

Nella tabella seguente si sintetizzano le principali finalità delle iniziative realizzate, gli Obiettivi Operativi e i Risultati attesi: l'ultima colonna riporta i principali output sui quali si è basato il giudizio espresso dai referenti di Scheda, relativamente alla loro percezione del contributo al raggiungimento degli obiettivi della PS 3. La modalità con la quale sono state individuate tali iniziative è illustrata nel dettaglio al Capitolo 3.



Tabella 3- Principali elementi strategici delle Schede Progetto inserite nella PS 3

Ente attuatore e Numero Scheda	Nome	Finalità	Obiettivi Operativi	Risultati attesi	Principali iniziative di comunicazione realizzate
ISMEA 2.1	<b>Comunicazione RRN 2014-20</b>	Rafforzamento della consapevolezza su benefici e opportunità offerte dai PSR; Miglioramento delle conoscenze dei cittadini sui risultati delle politiche agricole.	Differenziare i canali di comunicazione in base ai target; coinvolgimento attivo del pubblico in incontri in presenza (continuità con attività in rete); Incontrare gli operatori attraverso fiere ed eventi settoriali.	Incremento della trasparenza e della visibilità delle politiche di sviluppo rurale; Aumento della capacità attrattiva del mondo agricolo.	1. Pianeta PSR; 2. Campagna di informazione "baseline"; 3. Campagna d'informazione pilota; 4. Campagne radio.
CREA 2.1	<b>Eccellenze Rurali</b>	Valorizzare i casi di eccellenze rurali e di aziende impegnate in molteplici attività, per diffondere le buone pratiche.	Proseguire con l'attività di selezione delle eccellenze rurali e dei modelli di diversificazione e divulgare i risultati al pubblico.	Trasparenza e visibilità delle politiche di sviluppo rurale.	1. Eccellenze Rurali; 2. RRN Magazine; 3. Quaderno Eccellenze Rurali"; 4. Analisi nuove forme di diversificazione.
CREA 2.2	<b>Sinergie</b>	Migliorare l'efficacia realizzativa delle azioni di comunicazione. Avvicinare i giovani alle tematiche della sostenibilità, diversificazione, innovazione nella cornice dello sviluppo rurale.	Rafforzare le dinamiche di collaborazione con i referenti della comunicazione. Coordinamento e supporto alle Regioni che partecipano al progetto; Garantire continuità e diffusione ai percorsi formativi sui temi legati alla sostenibilità in agricoltura.	Miglioramento dell'animazione, del coordinamento e della gestione del Programma Rete, tramite scambio di informazioni e coordinamento sulla comunicazione dei fondi SIE, in particolare FEASR.	1. "Universo" Rural4Learning; RuralCAMP; WhatsAGR; RuralTOOLS; RuralGOOD.

---

### 1.3 Le altre Priorità Strategiche e i progetti tecnico/ scientifici divulgati attraverso la comunicazione

Le altre Schede, considerate nel presente documento, sono principalmente programmate nella Priorità Strategica 1 “Migliorare la qualità dell’attuazione dei programmi di sviluppo rurale” e nella 2 “Stimolare la partecipazione dei portatori d’interesse all’attuazione dello sviluppo rurale”. La PS 1 è, in generale, rivolta al miglioramento delle pratiche agricole attraverso la ricerca, il trasferimento delle conoscenze, la progettazione integrata e l’utilizzo dei sistemi informativi in agricoltura; la PS 2, invece, si concentra su azioni di networking tra imprese, con il partenariato e tra degli operatori rurali per favorire azioni di rete e creare cultura di impresa. Nel dettaglio le schede selezionate sono le seguenti:

- ISMEA 5.1: Ambiente e paesaggio rurale;
- CREA 5.1: Azioni a supporto delle politiche Agro- Climatico- Ambientali (ACA), Rete Natura 2000 e Life nei PSR;
- ISMEA 5.2: Filiera biologica e prodotti IG;
- ISMEA 10.3: Accesso alle opportunità del PSR, BPOL e vetrina delle opportunità
- ISMEA 13.1: Agriturismo e multifunzionalità;
- ISMEA 14.1: Cambiamenti climatici, emissioni di gas serra e ciclo dell’azoto.

Nella tabella seguente si sintetizzano, come per le Schede della PS 3, le principali finalità delle iniziative realizzate, gli Obiettivi Operativi e i Risultati attesi: l’ultima colonna riporta i principali output sui quali si è basato il giudizio espresso dai referenti di Scheda in relazione alla loro percezione del contributo al raggiungimento degli obiettivi della PS 3. La modalità con la quale sono state individuate tali iniziative è illustrata nel dettaglio al Capitolo 3.

Non tutte le iniziative realizzate all’interno di queste Schede, secondo quanto emerso dalle interviste (cfr. Cap. 4), sono state accompagnate da attività di comunicazione in senso stretto: alcune di queste, come ad esempio la pubblicazione di materiale o la realizzazione di seminari/ incontri a maggior valenza tecnica o scientifica, non si prestano per loro stessa natura ad una comunicazione ad ampio raggio o particolarmente condivisa.

Tabella 4- Principali elementi strategici delle Schede Progetto Extra PS 3

Ente attuatore e Numero Scheda	Nome	Finalità	Obiettivi Operativi	Risultati attesi	Principali iniziative di comunicazione realizzate
ISMEA 5.1	<b>Ambiente e paesaggio rurale</b>	Supporto funzionale ad orientare le future scelte in tema di Ambiente e Paesaggio e promozione dei Paesaggi rurali storici	<p>Analizzare le politiche di sviluppo rurale in tema di ambiente e paesaggio;</p> <p>supporto alla corretta implementazione della produzione integrata;</p> <p>informare i potenziali beneficiari sulle componenti della baseline e sull'uso dei fertilizzanti e prodotti fitosanitari;</p> <p>Osservatorio Nazionale del Paesaggio Rurale;</p> <p>Individuare strumenti di valorizzazione e identificazione dei Paesaggi rurali storici;</p>	Miglioramento dell'attuazione dei PSR sulle tematiche di ambiente e paesaggio mediante una corretta applicazione della baseline, dei disciplinari di agricoltura integrata e sostegno alle buone pratiche per quanto riguarda il paesaggio.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Attuazione delle ACA e baseline;</li> <li>2. Osservatorio del paesaggio rurale;</li> <li>3. Attuazione delle azioni sul Paesaggio.</li> </ol>
CREA 5.1	<b>Azioni a supporto delle politiche ACA, Rete Natura 2000 e Life nei PSR</b>	Supportare nell'uso efficace ed efficiente delle risorse FEASR per raggiungere gli obiettivi ACA dei PSR	migliorare l'applicazione dell'agricoltura integrata; supportare la tutela e la valorizzazione del paesaggio; informare i beneficiari della PAC sulla baseline agro-ambientale.	<p>Incrementare la capacità progettuale, gestionale e amministrativa delle AdG;</p> <p>Aumentare gli scambi di esperienze tra diversi attori;</p> <p>Incrementare scambi e sinergie per migliorare l'attuazione dello sviluppo rurale.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rafforzamento della complementarietà tra il PAN Pesticidi e i PSR;</li> <li>2. Azioni per il suolo e per la gestione dei nitrati;</li> <li>3. Rafforzamento della governance e delle misure connesse a biodiversità e Natura 2000.</li> </ol>

Ente attuatore e Numero Scheda	Nome	Finalità	Obiettivi Operativi	Risultati attesi	Principali iniziative di comunicazione realizzate
ISMEA 5.2	<b>Filiera biologica e prodotti IG</b>	<p>Supportare l'elaborazione di strategie pe e migliorare la redditività delle aziende biologiche e con prodotti IG.</p> <p>Migliorare la competitività delle imprese biologiche e con IG, l'integrazione delle filiere, lo sviluppo e la nascita di biodistretti.</p> <p>Migliorare la professionalità e il ruolo dei consorzi. Incrementare le conoscenze del pubblico in materia di biologico e IG.</p>	<p>Prosecuzione delle attività dello scorso biennio e nuove progettualità per offrire supporto alla fase programatoria e legislativa dedicata all'agroambiente</p>	<p>Incremento della capacità progettuale gestionale e amministrativa delle AdG e degli organismi pagatori;</p> <p>incremento di sinergie, e scambi di esperienze con il partenariato;</p> <p>Diffondere maggiormente informazioni sulle opportunità imprenditoriali; migliorare le conoscenze del pubblico su biologico e IG.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Campagna di comunicazione sull'agricoltura biologica e sulle produzioni IG</li> <li>2. Divulgazione buone prassi aziende di successo</li> <li>3. Informazione sull'iter di certificazione bio e divulgazione buone prassi su conversione</li> <li>4. In-formazione sistema di certificazione produzioni IG e attività consortili</li> <li>5. Progettazione pagina web dedicata all'AB del sito della RRN</li> </ol>

Ente attuatore e Numero Scheda	Nome	Finalità	Obiettivi Operativi	Risultati attesi	Principali iniziative di comunicazione realizzate
ISMEA 10.3	<b>Accesso alle opportunità del PSR, BPOL e vetrina delle opportunità</b>	Prosecuzione delle attività attinenti all'accesso al credito, agli strumenti finanziari e alle agevolazioni e migliorano l'attuazione dei PSR.	Favorire l'adozione di strumenti finanziari e di accesso al credito; diffondere la cultura d'impresa in agricoltura in particolare verso gli studenti.	Incremento della capacità progettuale, gestionale e amministrativa delle AdG e degli organismi pagatori; Miglioramento dei sistemi informativi a supporto dei PSR; Incremento della diffusione delle opportunità offerte dai PSR; Incremento dell'approccio partecipato, interattivo dal basso.	6. Osservatorio sul credito e strumenti finanziari; 7. Sistema Esperto: aggiornamento e potenziamento di Agrosemplific; 8. BPOL: mantenimento e aggiornamento del sistema informativo.

Ente attuatore e Numero Scheda	Nome	Finalità	Obiettivi Operativi	Risultati attesi	Principali iniziative di comunicazione realizzate
ISMEA 13.1	<b>Agriturismo e multifunzionalità</b>	Favorire lo sviluppo e il potenziamento delle aziende agricole agrituristiche e multifunzionali.	<p>Fornire agli attori interessati strumenti conoscitivi che possano contribuire a migliorare la gestione delle risorse destinate ad agriturismi e aziende multifunzionali;</p> <p>Fornire supporto operativo attraverso la realizzazione di servizi informativi su aspetti normativi;</p> <p>Sensibilizzare la società civile nei confronti della tematica dell'agriturismo e della multifunzionalità</p>	<p>Incremento della capacità progettuale, gestionale e amministrativa del Target 1;</p> <p>Ampliamento delle competenze e rafforzamento delle opportunità imprenditoriali per agriturismi e aziende multifunzionali;</p> <p>Valorizzazione delle opportunità dello sviluppo rurale e dell'approccio partecipato, interattivo e dal basso.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Campagna "on board";</li> <li>2. "OFF": Web series sugli agriturismi;</li> <li>3. Sito agriturismoitalia.gov.it;</li> <li>4. Campagna radiofonica "ibrida";</li> <li>5. Rural Links.</li> </ol>



Ente attuatore e Numero Scheda	Nome	Finalità	Obiettivi Operativi	Risultati attesi	Principali iniziative di comunicazione realizzate
ISMEA 14.1	<b>Cambiamenti climatici, emissioni di gas serra e ciclo dell'azoto</b>	Ampliare la base di conoscenza su sostenibilità economica e ambientale di pratiche agricole in linea con gli obiettivi climatici; proseguire le attività di sensibilizzazione nei confronti degli imprenditori agricoli e della società civile sul tema dei cambiamenti climatici.	Migliorare la conoscenza delle metodologie impiegate per la stima delle emissioni in agricoltura e renderla disponibile alle aziende per supportare le decisioni aziendali. Consolidare la conoscenza e la sensibilità dei cittadini sul tema dei cambiamenti climatici.	<p>Incremento delle informazioni disponibili in merito alla valutazione di eventuali meccanismi di compensazione delle emissioni a livello di distretto/area;</p> <p>Migliorare la base conoscitiva sulle metodologie di stime delle emissioni climalteranti in agricoltura e valutare le ricadute positive di pratiche più sostenibili;</p> <p>Accrescimento del grado di informazione degli agricoltori sulle tecniche sostenibili anche attraverso una valutazione economica delle stesse;</p> <p>Incremento della conoscenza e della sensibilità dei cittadini sul tema dei cambiamenti climatici</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Approfondimenti metodologici per lo studio delle emissioni in agricoltura;</li> <li>2. Sensibilizzazione al tema su cambiamenti climatici;</li> <li>3. Servizi a favore degli operatori rurali: realizzazione di un tool informatico per la valutazione delle emissioni e del potenziale di compensazione a livello di azienda zootecnica.</li> </ol>

---

## 2 La Metodologia

In linea con la principale letteratura di riferimento sul tema della valutazione della comunicazione istituzionale, **l'approccio utilizzato** per costruire le indagini e per analizzare i risultati, **è principalmente di tipo quali-quantitativo**.

L'attività di valutazione ha seguito un percorso di analisi così strutturato:

- i. **Analisi documentale:** attraverso l'analisi dei documenti programmatici e già redatti dal Valutatore, è stata ricostruita la logica di intervento della PS 3 e delle singole schede progettuali rilevando obiettivi specifici, azioni, risultati attesi, gruppi target.
- ii. **Interviste in profondità ai Responsabili di Schede Progetto:** le interviste in profondità con i Responsabili delle Schede hanno permesso di ricostruire per ciascuna Scheda, quali fossero le principali iniziative che negli anni sono state accompagnate da un'attività di comunicazione strutturata e le aspettative dei Responsabili circa il contributo formativo / informativo che le attività di Comunicazione hanno avuto sul target di riferimento e sugli elementi programmatici della PS 3 – azioni, obiettivi strategici e risultati attesi. Gli elementi strategici da approfondire per singola task saranno inoltre inseriti all'interno dell'indagine diretta da rivolgere alla società civile che sarà realizzata nel prossimo futuro.
- iii. **Analisi dei dati di monitoraggio e definizione dell'indagine - Citizen Satisfaction (CS):** questa terza fase dell'attività di valutazione ha come obiettivo quello di mettere a sistema le informazioni di dettaglio rilevate con l'attività di monitoraggio a livello di singola Scheda e di definire il questionario di gradimento, assimilabile al modello della Customer Satisfaction, da rivolgere alla società civile e gli stakeholder che a vario titolo sono stati coinvolti nelle attività di comunicazione delle iniziative tecnico / scientifiche della RRN. La finalità principale del questionario è quella di indagare l'efficacia di ciò che è stato realizzato nell'ambito delle Schede programmate all'interno della PS 3 e di quelle che con essa hanno sviluppato una sinergia in ambito comunicativo, chiedendo "cosa ha funzionato" e "cosa no" e "per quali motivi". Nello specifico la CS, andrà ad indagare le opinioni e le aspettative del target principale della PS 3, relativamente alla chiarezza, completezza e fruibilità dei servizi offerti e sull'efficacia comunicativa delle tematiche rilevanti di ciascuna Scheda. Infine la CS potrà indagare il "se" e "come" i messaggi chiave sia visivi che testuali – Ruralità, Rete, Innovazione, Giovani - individuati dalla più alta Strategia di Comunicazione siano arrivati al Pubblico insieme alla riconoscibilità del concept strategico del Programma RRN. L'indagine sarà resa disponibile sul sito web della RRN e pubblicizzata sui relativi canali social e web. Saranno inoltre invitati direttamente a rispondere al questionario anche i partecipanti alle diverse esperienze già realizzate in ambito RRN – PS 3, in modo tale da garantire un numero minimo di contributi.

- iv. **Realizzazione del Focus Group conclusivo** con i responsabili delle Schede Progetto coinvolte nella ricerca per condividere e discutere i risultati dell'indagine: l'utilizzo di questa tecnica di condivisione e discussione dei risultati delle indagini dirette – CS e interviste in profondità - permetterà di rilevare altre prospettive, commenti e spunti di riflessione sulle attività in corso o da programmare da parte dei principali Stakeholder coinvolti (ovvero i Responsabili di Scheda PS 3 e delle altre Schede coinvolte). A questi soggetti verrà chiesto di esprimere il proprio punto di vista - tramite una vera e propria votazione - su alcuni degli aspetti emersi e ritenuti più rilevanti anche per formulare suggerimenti sul prosieguo delle attività di comunicazione. In questa occasione sarà anche valutata la coerenza delle attività con la Strategia di Comunicazione del Programma e saranno definite in maniera sinergica le eventuali future attività di valutazione sul tema.

Nel presente documento sono illustrati gli esiti delle fasi 1 e 2, mentre le fasi 3 e 4 si concluderanno nei prossimi mesi di settembre – ottobre.

---

### 3 Indagini e strumenti di rilevazione

Le interviste si sono svolte via web sulla piattaforma TEAMS: complessivamente sono stati intervistati 13 referenti collegati a 6 Schede oggetto della presente indagine. Per una Scheda la traccia è stata compilata in maniera autonoma e restituita via mail da 2 diversi referenti. Il totale dei soggetti intervistati in questa prima fase è quindi pari a 15 soggetti per 6 Schede Progetto.

In linea generale, ai referenti di Scheda è stata sottoposta un'intervista strutturata pensata per raccogliere la percezione sul contributo delle singole iniziative al raggiungimento degli elementi strategici/ oggetti della PS 3 - azioni, obiettivi strategici, risultati attesi: tale opinione è stata essere espressa secondo la scala di valutazione Likert, assegnando un voto da 1 a 5 per indicare con quale intensità fossero in accordo (voto massimo: 5) o meno (voto minimo: 1) rispetto al singolo oggetto di indagine. Infine è stato chiesto di associare a ciascun oggetto l'attività che in prevalenza ha contribuito alla formulazione del giudizio e del voto ad esso collegato.

La traccia (Cfr. Allegato I) è stata articolata nelle seguenti sezioni:

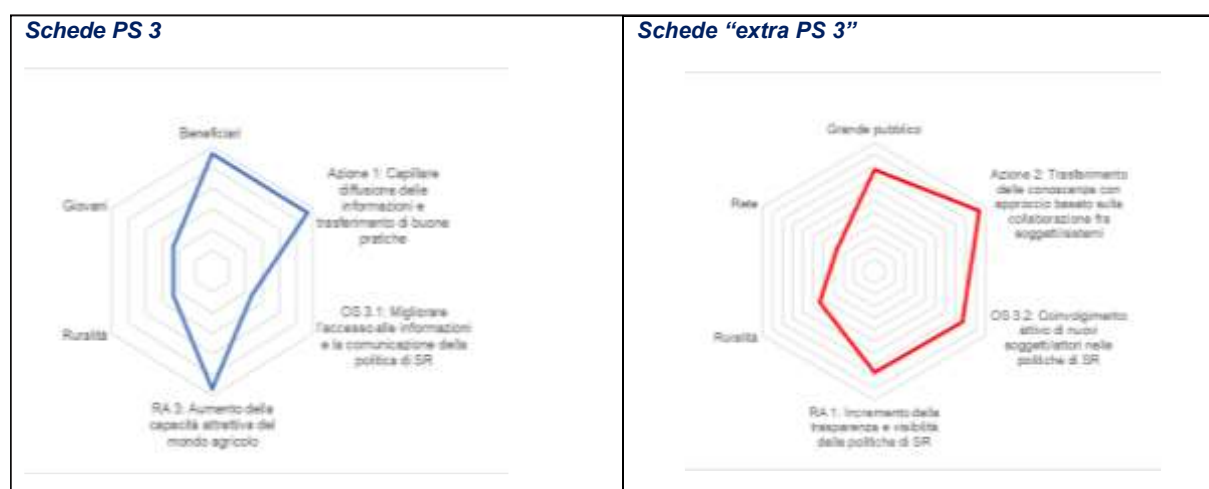
1. Individuazione dei principali progetti afferenti alle singole Schede ai quali è stata affiancata un'attività di comunicazione strutturata: per delimitare l'ambito di analisi, a ciascun referente è stato chiesto di indicare quali esperienze di divulgazione tecnico/ scientifica siano state effettivamente accompagnate da un'attività di comunicazione istituzionale (Cfr. Tabella 3);
2. Livello di coinvolgimento dei singoli target: per individuare al meglio le categorie di soggetti rientranti nei target 2 (partenariato economico e sociale/ potenziali e reali beneficiari, associazioni di categoria) e 3 (grande pubblico), è stato chiesto a ciascun referente di definire in maniera più dettagliata i soggetti effettivamente destinatari delle proprie attività di comunicazione e divulgazione nonché l'intensità del lavoro svolto per raggiungere il target specifico;
3. Contributo delle iniziative programmate all'interno della Scheda alle singole azioni previste nella PS 3;
4. Contributo delle iniziative programmate all'interno della Scheda agli Obiettivi Specifici della PS 3;
5. Contributo delle iniziative programmate all'interno della Scheda ai singoli Risultati Attesi della PS 3;
6. Contributo generale delle iniziative realizzate nel veicolare i messaggi chiave della Strategia di comunicazione della RRN: ruralità, rete, innovazione e giovani.

## 4 Analisi e valutazione dei risultati

Gli esiti delle interviste sono riportati di seguito attraverso l'analisi dei punteggi medi raggruppati per le due tipologie di Scheda Progetti:

- 1) schede direttamente programmate in PS 3;
- 2) schede "extra PS 3".

**Grafico 1- Esiti finali delle percezioni espresse per i due Gruppi di intervistati**



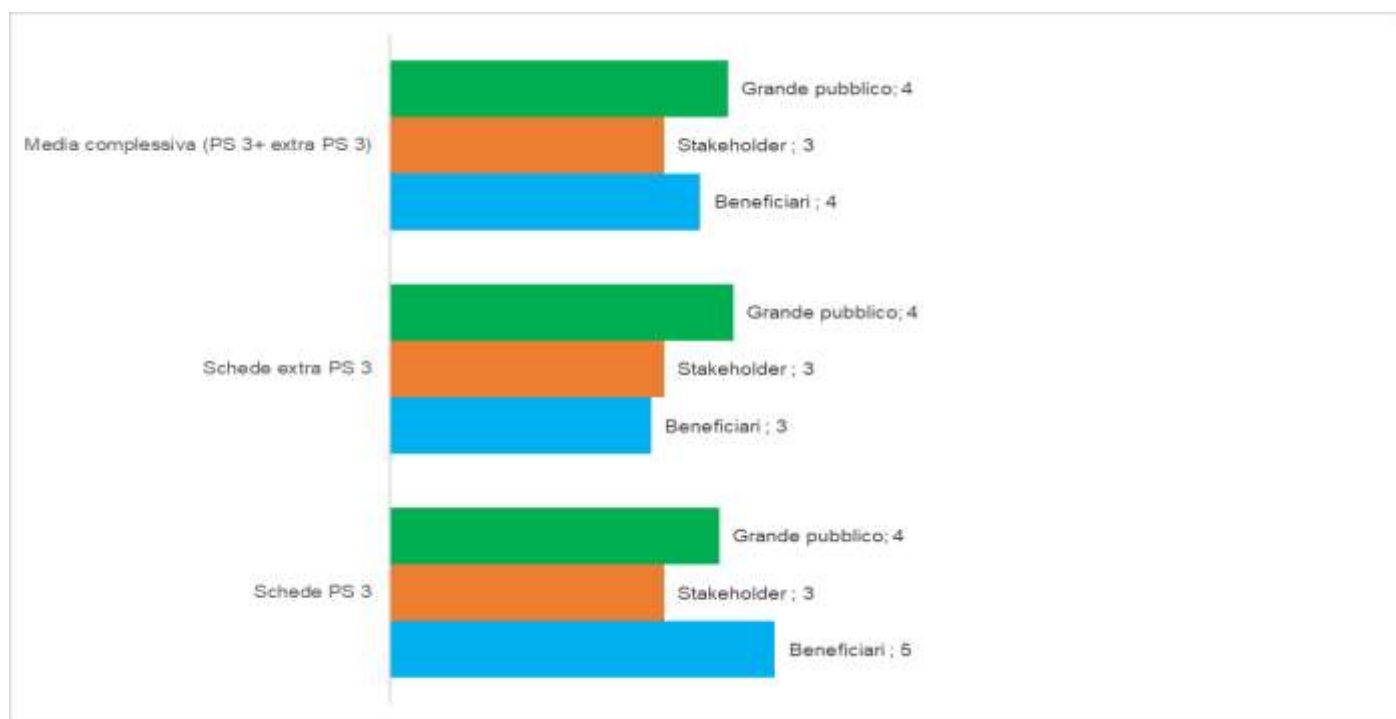
Come si evince dai grafici, **i due gruppi di schede contribuiscono in maniera diversa al raggiungimento delle azioni, degli Obiettivi Strategici e dei Risultati Attesi (RA) della PS 3 in coerenza con le finalità per le quali sono state definite**. Si noterà che nei grafici mancano l'azione 3 "Creazione di occasioni di confronto per la partecipazione attiva alla definizione delle politiche di sviluppo rurale, anche attraverso l'integrazione con le altre politiche" e il RA 2 "Valorizzazione delle opportunità dello sviluppo rurale (anche occupazionali) e incremento dell'approccio partecipato, interattivo e dal basso". In particolare, l'azione 3 ha riscosso punteggi piuttosto bassi per entrambe le categorie poiché questa azione è ritenuta dagli intervistati poco in linea col binomio "progetto - comunicazione". È ritenuta, invece, caratterizzante le attività di lavoro "interno" ai singoli progetti. Ha inoltre giocato un ruolo negativo anche il periodo pandemico (a partire da marzo 2020), che ha limitato nuove eventuali iniziative di confronto allargato. Per quanto riguarda il RA 2, invece, il punteggio medio non si è attestato molto al di sotto del RA prevalente per le due categorie di rispondenti. Nel complesso, si può affermare che le opportunità delle aree rurali siano sufficientemente promosse anche se è più debole il ricorso ad un approccio partecipato ed interattivo nella definizione o nella restituzione dei contenuti delle singole iniziative.

Per quanto riguarda i **"messaggi chiave"** propri della Strategia di Comunicazione e veicolati attraverso le singole iniziative, **emerge in entrambi i casi la centralità della parola "Ruralità"**: è evidente come questo termine evochi il processo di creazione di valori per la collettività in tutti i progetti che trattano, a vario titolo, delle risorse ambientali, culturali, sociali

ed economiche del territorio e del settore primario. È ugualmente rilevante il tema dei **“giovani”** per le Schede programmate nella PS 3 (un esempio su tutti sono le iniziative di formazione rivolte alle Università) - peraltro in maniera molto più marcata rispetto alle altre Schede - ed infine emerge il messaggio chiave **“Rete”** collegato alle Schede “extra PS 3”, che invece rimanda alle iniziative congiunte realizzate con le istituzioni territoriali e locali.

In ultimo, soffermandosi sulla **definizione del target** verso il quale sono state indirizzate le attività di comunicazione per le singole iniziative, **il grafico** che segue **mostra come sia il “grande pubblico” in senso ampio il principale destinatario della comunicazione in linea con le finalità generali della PS 3**. È interessante rilevare che per le Schede inserite nella PS 3, sia attribuito un peso rilevante anche ai **“beneficiari”**, intesi come beneficiari attuali, ovvero le aziende agricole che vengono coinvolte nelle iniziative / pubblicazioni a valere sulla scheda CREA 2.1, e i giovani studenti, con le Università, coinvolte nelle iniziative “Rural4Learning” (Scheda CREA 2.2).

**Grafico 2- Target principali coinvolti: media dei punteggi**



Al di là del mero confronto tra dati che fa emergere una differenziazione di posizioni e contenuti di iniziative che, per loro stessa natura, si muovono in direzioni diverse, l'intervista in profondità ha consentito di mettere in evidenza tutta una serie di interconnessioni tra le attività di ricerca e divulgazione tecnico - scientifica e le attività di comunicazione vera e propria.

In particolare, attraverso l'“apertura” dei progetti di ricerca scientifica verso l'esterno, i referenti di diverse Schede hanno dichiarato di aver modificato contenuti e modalità di fruizione degli strumenti tecnici (ad es. semplificazione della presentazione del Progetto BPOL), oppure di



aver compreso meglio quanto possano essere mutevoli le condizioni che caratterizzano una policy (ad es. come cambiano repentinamente le attività collegate alla diversificazione aziendale).

Fondamentale è anche la positiva collaborazione che si è stabilita tra comunicazione e temi pregnanti dello sviluppo rurale: le iniziative realizzate, attraverso il coinvolgimento dei bambini, delle Università e dei docenti per trasmettere il valore aggiunto dell'agricoltura o favorire la conoscenza di temi come il cambiamento climatico, possono effettivamente contribuire a diffondere delle conoscenze che prendono le mosse da attività di ricerca scientifica.

## 5 Conclusioni e raccomandazioni

Le conclusioni e le raccomandazioni formulate di seguito si riferiscono alle prime due fasi del percorso di analisi fin qui svolto (i. analisi documentale; ii. interviste in profondità ai responsabili di Scheda).

Tema	Conclusione	Raccomandazione
Sinergie attivate tra Schede	<p>Emerge in maniera evidente il contributo apportato dalla Scheda ISMEA 2.2 “Comunicazione RRN” alla costruzione di iniziative di comunicazione delle Schede “Extra” PS 3 (si vedano attività di formazione / informazione ai bambini delle scuole elementari presso il Museo “EXPLORA” di Roma in collaborazione con la Scheda 14.1 sul tema dei cambiamenti climatici).</p> <p>In questo quadro si distingue anche l’importanza delle <i>governance</i> condivisa dei processi di definizione degli strumenti e delle attività, laddove lo sviluppo della parte tecnica e quello della parte comunicativa devono procedere di pari passo.</p>	<p>Proseguire nel promuovere le attività sinergiche tra azioni di comunicazione e ricerca, al fine di condividere i contenuti da veicolare e definire congiuntamente gli strumenti comunicativi più efficaci da attivare.</p>
Analisi dei documenti	<p>L’aggiornamento del Piano Biennale (nella versione 2019 - 2020) rende più chiaro il contenuto delle Schede Progetto facendo tesoro dei suggerimenti esterni e delle lezioni dell’esperienza.</p>	<p>In vista del prossimo periodo di programmazione, al fine di rendere più agevole la lettura dei diversi documenti, potrebbe essere rivista la nomenclatura utilizzata per sistematizzare le informazioni, in modo da renderle più intellegibili.</p>

Tema	Conclusione	Raccomandazione
Implementazione delle attività di comunicazione	Va riconosciuta l'innovatività di molte iniziative di comunicazione realizzate dalla RRN. In particolare, le iniziative attivate nel periodo della pandemia (ad es. caffè tematici on line; discussioni tra piccoli gruppi di ricerca; campagne tv e radio per il marketing territoriale) mostrano la prossimità tra le attività di comunicazione e le reali esigenze dei beneficiari, dei cittadini e delle aree rurali.	Fare tesoro delle lezioni dell'esperienza, cioè delle migliori iniziative realizzate, da riproporre anche nei periodi "ordinari".
Monitoraggio delle attività di comunicazione	Il sistema di monitoraggio riesce a monitorare l'avanzamento fisico dei singoli prodotti realizzati all'interno di ciascuna PS.	Potrebbe essere utile introdurre un sistema standardizzato di rilevazione dei feedback relativi alle iniziative di comunicazione realizzate.

---

## Allegato I

### Traccia di intervista

1. In linea generale, quanto gli interventi della sua / vostra Scheda hanno coinvolto / interessato, i seguenti target (*esprimere il proprio giudizio in una scala da 1 a 5*):
  - 1 – Beneficiari.
  - 2 – Stakeholder (portatori di interesse).
  - 3 – Grande pubblico.

### **Ricostruzione della percezione: contributo alle singole Azioni PS 3**

2. Secondo lei/ voi, in una scala da 1 a 5, quanto le attività della Vs scheda si sono concentrate su ciascuna di queste azioni?
  - Azione 1: Capillare diffusione delle informazioni e trasferimento di buone pratiche in materia di comunicazione;
  - Azione 2: Trasferimento delle conoscenze sulle politiche di sviluppo rurale attraverso un approccio interattivo basato sulla collaborazione fra più soggetti / sistemi;
  - Azione 3: Creazione di occasioni di confronto per la partecipazione attiva alla definizione delle politiche di sviluppo rurale, anche attraverso l'integrazione con le altre politiche.
3. Saprebbe associare a ciascuna delle azioni sopra elencate lo strumento/ attività di comunicazione che ha contribuito maggiormente al compimento della singola azione?
  - Azione 1: Capillare diffusione delle informazioni e trasferimento di buone pratiche in materia di comunicazione
    - Attività / strumento: ...
    - Attività / strumento: ...
  - Azione 2: Trasferimento delle conoscenze sulle politiche di sviluppo rurale attraverso un approccio interattivo basato sulla collaborazione fra più soggetti/sistemi
    - Attività / strumento: ...
    - Attività / strumento: ...
  - Azione 3: Creazione di occasioni di confronto per la partecipazione attiva alla definizione delle politiche di sviluppo rurale, anche attraverso l'integrazione con le altre politiche
    - Attività / strumento: ...
    - Attività / strumento: ...
4. Quali sono stati i correttivi inseriti in corso di avanzamento delle attività previste nella Vs scheda che hanno aiutato a migliorarne il contenuto/i comunicativo (divulgativo, scientifico, di immagine ecc.)?

### Ricostruzione della percezione: contributo agli Obiettivi Specifici PS 3

5. Secondo lei / voi, in una scala da 1 a 5, quanto le attività della Vs scheda hanno contribuito al raggiungimento dei seguenti Obiettivi Specifici?
- OS 3.1: Migliorare l'accesso alle informazioni e la comunicazione della politica di sviluppo rurale;
  - OS 3.2: Coinvolgimento attivo di nuovi soggetti/attori nelle politiche di sviluppo rurale.
6. Saprebbe associare a ciascuna degli OS sopra elencati lo strumento/ attività di comunicazione che ha contribuito maggiormente al compimento del singolo Obiettivo Specifico?
- OS 3.1: Migliorare l'accesso alle informazioni e la comunicazione della politica di sviluppo rurale;
    - Attività / strumento: ...
    - Attività / strumento: ...
  - OS 3.2: Coinvolgimento attivo di nuovi soggetti/attori nelle politiche di sviluppo rurale;
    - Attività / strumento: ...
    - Attività / strumento: ...

### Ricostruzione della percezione: contributo ai Risultati attesi PS 3

7. Secondo lei / voi, in una scala da 1 a 5, quanto le attività della Vs scheda hanno contribuito al raggiungimento dei seguenti Risultati attesi?
- RA 1: incremento della trasparenza e visibilità delle politiche di sviluppo rurale;
  - RA 2: valorizzazione delle opportunità dello sviluppo rurale (anche occupazionali) e incremento dell'approccio partecipato, interattivo e dal basso;
  - RA 3: aumento della capacità attrattiva del mondo agricolo.
8. Saprebbe associare a ciascuna degli RA sopra elencati lo strumento/ attività di comunicazione che ha contribuito maggiormente al compimento del singolo RA?
- RA 1: incremento della trasparenza e visibilità delle politiche di sviluppo rurale.
    - Attività / strumento: ...
    - Attività / strumento: ...
  - RA 2: valorizzazione delle opportunità dello sviluppo rurale (anche occupazionali) e incremento dell'approccio partecipato, interattivo e dal basso.
    - Attività / strumento: ...
    - Attività / strumento: ...
  - RA 3: aumento della capacità attrattiva del mondo agricolo.
    - Attività / strumento: ...

- Attività / strumento: ...

### **Ricostruzione della percezione: contributo PS 3 alla Strategia di comunicazione in generale**

9. Secondo lei / voi, in una scala da 1 a 5, quanto le attività della Vs scheda contribuiscono a veicolare i seguenti **messaggi chiave**?

- **Ruralità** percepita come risorsa ambientale, culturale, sociale, economica, prodotta con il contributo di vari attori (in primis le aziende agricole) e utilizzata nel processo di creazione di valori per la collettività;
- **Rete viva e dinamica, generativa di relazioni, intesa come aggregazione tra soggetti singoli, tra organismi associativi, tra istituzioni regionali, nazionali e sovranazionali ma anche come integrazione, scambio e partecipazione collettiva e inclusiva;**
- **Innovazione** come leva fondamentale per la competitività e sostenibilità del sistema agricolo, specie se associata al sistema della conoscenza;
- **Giovani** come driver principali del cambiamento e protagonisti di un'agricoltura moderna, innovativa, competitiva, multifunzionale, rispettosa dell'ambiente e come tali destinatari di molte misure di sostegno agli investimenti in agricoltura.