



3. Risultato delle attività di comunicazione e informativa sulle attività future

29/11/2018

Comitato di Sorveglianza RRN



3. Piano di Comunicazione 2017-18

Ob.1 - INFORMAZIONE – TARGET SOCIETÀ CIVILE



| AZIONI RRN | OBIETTIVI OPERATIVI | ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE | INDICATORE DI PRODOTTO | NOTE | VALORE 31/12/2018 | VALORE 30/06/2018 |
|--|--|----------------------------|---|---|------------------------------|-------------------|
| 3.1.1 Capillare diffusione delle informazioni e trasferimento di buone pratiche in materia di comunicazione | A) Garantire la diffusione capillare delle informazioni sulla politica di sviluppo rurale | Comunicazione digitale | N. Strumenti di Comunicazione | Piattaforma online ➤ Numeri Pianeta Psr | 20 | 15 |
| | | Comunicazione tradizionale | Numero di scambi tematici e analitici istituiti con il sostegno della RRN | Progetto ad hoc ➤ Campagna cross-mediale su Clima e biologico ➤ Campagna radio su opportunità di finanziamento | 2 | 1 |
| | | | | Materiale promozionale ➤ Video, brochure, schede su Clima | 1 | 0 |
| | | | | Workshop ➤ PAN per uso sostenibile prodotti fitosanitari | 1 | 1 |
| | | | | Seminari ➤ Agrometeore ➤ Bioreport_Agricoltura biologica | 2 1 | 1 |
| | | | | Pubblicazione ➤ Numeri RRN Magazine | 6 | 4 |
| | | | | Documenti ➤ Tutela ambiente acquatico e biodiversità dall'uso dei prodotti fitosanitari ➤ Biopag ➤ Stato dei Servizi Agrometeorologici regionali ➤ Bollettini agrometeorologici ➤ Bollettini fenologici | 5 1 1 1 1 | 4 |

Ob.1 - INFORMAZIONE – TARGET SOCIETÀ CIVILE

Ob. Sp A. **Garantire la diffusione capillare delle informazioni sulla politica di Sviluppo Rurale**

- **SEMPLIFICARE IL LINGUAGGIO E I CONCETTI**

Avanzamento: 70%

➤ **CAMPAGNA RADIO CROSSMEDIALE**

#Agricoltura più competitiva e inclusiva, che premia innovazione, multifunzionalità, sostenibilità

- 8.000.000 di Ascoltatori
- 4 spot radio tematici
- 1 spot radio e video sullo Sviluppo Rurale
- 176 passaggi complessivi su Radio, tv, altri device
- Durata: 2 settimane



3. Piano di Comunicazione 2017-18

Ob.1 - INFORMAZIONE – TARGET SOCIETÀ CIVILE

| AZIONI RRN | OBIETTIVI OPERATIVI | ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE | INDICATORE DI PRODOTTO | NOTE | VALORE 31/12/2018 | VALORE 30/06/2018 | |
|---|--|-------------------------------|---|--|---|----------------------|---|
| 3.1.1 Capillare diffusione delle informazioni e trasferimento di buone pratiche in materia di comunicazione | B) Ottimizzare la raccolta e la valorizzazione delle buone pratiche | Comunicazione digitale | N. Strumenti di comunicazione | Strumenti multimediali Eccellenze rurali_ applicativo web | 1 | 1 | |
| | | | | Database Eccellenze rurali | 1 | 1 | |
| | | Comunicazione tradizionale | Numero di scambi tematici e analitici istituiti con il sostegno della RRN | N. Strumenti di comunicazione | Progetto ad hoc Progetto per la valorizzazione delle Eccellenze rurali | 1 | 1 |
| | | | | | Documento Valorizzazione delle Eccellenze Rurali | 1 | 0 |
| | | | | | Linee guida Eccellenze rurali | 1 | 0 |
| | | | | | Convegno Eccellenze rurali | 1 | 0 |

Ob. Sp B) Ottimizzare la raccolta e la valorizzazione delle buone pratiche in aree rurali

- **RACCONTARE PROGETTI DI SUCCESSO ATTRAVERSO TESTIMONIANZE ATTIVE**

Avanzamento: 50%

➤ **PROGETTO AD HOC PER DOCUMENTARE LE ECCELLENZE RURALI**

- **103** Esperienze sostenute dai Psr, documentate con schede sintetiche, video, interviste e foto-gallery

Eccellenze Rurali

È un progetto che racconta **esperienze di buon utilizzo dei fondi comunitari** a sostegno dello **sviluppo rurale**. Le eccellenze rurali sono documentate con video, schede di approfondimento, interviste e gallerie fotografiche.



Eccellenze Rurali

- Competitività
- Ambiente Rurale
- Economia e Territorio Rurale
- Economia di Montagna
- Prodotti locali, cultivar e specie autoctone
- Carattere innovativo
- Donne e giovani in azienda
- Agricoltura e sociale
- Reti e Filiere
- Turismo rurale
- Economia familiare
- Aree protette ad alto valore naturale
- BIO e Qualità

Il Progetto

Il nostro spot

Spot Eccellenze Rurali v.3

Vieni a vedere come
www.reterurale.it/eccellenzerurali

Lo spot 2018

3. Piano di Comunicazione 2017-18

Ob.1 - INFORMAZIONE – TARGET SOCIETÀ CIVILE



| AZIONI RRN | OBIETTIVI OPERATIVI | ATTIVITA' | INDICATORI DI PRODOTTO | NOTE | VALORE 31/12/2018 | VALORE 30/06/2018 |
|--|---|--|--|--|----------------------|----------------------|
| 3.2.1 Trasferimento delle conoscenze sulle politiche di sviluppo rurale attraverso un approccio interattivo basato sulla collaborazione fra più soggetti/sistemi. | C) Incrementare le azioni di rete per il trasferimento di conoscenze e l'analisi di casi territoriali innovativi | Comunicazione digitale | N. Strumenti di comunicazione | Piattaforma online ➤ Corsi e-learning Rural4Learning ➤ Portfolio Case History Rural4Learning | 2 | 2 |
| | | | | Strumenti multimediali ➤ Moduli didattici Rural4Learning per Istituti agrari ➤ Moduli didattici Rural4Learning per Università ➤ Biologico_prodotti audiovisivi | 3 1 1 0 | 2 |
| | | | | Database ➤ Rural4Learning_aziende agricole | 1 | 1 |
| | | Comunicazione tradizionale | N. Strumenti di comunicazione | Seminari ➤ Presentazione BPOL | 3 | 3 |
| | | | | Workshop e Focus group ➤ Workshop Rural4Learning ➤ Interviste R4Learning ai partecipanti e ai partner | 6 | 5 |
| | | N. Scambi tematici e analitici istituiti dalla RRN | N. Scambi tematici e analitici istituiti dalla RRN | Progetto ad hoc ➤ Iniziativa pilota Rural4University ➤ Iniziativa pilota Rural4School ➤ Paesaggio rurale | 2 1 0 1 | 1 |
| | | | | Summer School ➤ Rural4Learning – 5 giorni di visite aziendali e analisi di casi studio | 1 | 1 |
| | | N. Strumenti di comunicazione | N. Strumenti di comunicazione | Linee guida ➤ Rural4Learning – Sperimentazione regionale | 1 | 1 |
| | | | | Documenti ➤ Report Rural4Learning (Formazione online, Esperienza sul campo, Laboratorio d'impresa, Rural4School) | 4 | 2 |

Ob. Sp C) Incrementare le azioni di rete per il trasferimento di conoscenze e l'analisi di casi territoriali innovativi

- **CREARE UN MODELLO PER COMUNICARE LO SVILUPPO RURALE AGLI STUDENTI**

Avanzamento: 78%

➤ **NETWORK RURAL4LEARNING**

- **16 Regioni, 5 Associazioni*, 58 ITA, 27 Atenei, 66 Aziende**

Educazione allo Sviluppo sostenibile

1. Formazione online e in presenza

- 32 Seminari in aula
- 2 Corsi e-learning

2. Esperienza sul campo

- 32 Study visit giornalieri
- 2 Summer School itineranti
- 3 Focus group (interviste)

3. Laboratori d'impresa

- 3 Laboratori d'impresa

Replicare il progetto attraverso i Psr

3473
Studenti

7 Regioni
29 Istituti Agrari
10 Università



* Associazioni di Categoria e Professionali Agricole

3. Piano di Comunicazione 2017-18

Ob.1 - INFORMAZIONE – TARGET SOCIETÀ CIVILE

| AZIONI RRN | OBIETTIVI OPERATIVI | ATTIVITA' | INDICATORI DI PRODOTTO | NOTE | VALORE 31/12/2018 | VALORE 30/06/2018 |
|---|--|----------------------------|-------------------------------|--|----------------------|----------------------|
| 3.2.2 Creazione di occasioni di confronto per la partecipazione attiva alla definizione delle politiche di sviluppo rurale, anche attraverso l'integrazione con le altre politiche | D) Facilitare l'accesso alle informazioni e l'interazione con la società civile | Comunicazione digitale | N. Strumenti di comunicazione | Strumenti multimediali ➤ Repository di informazioni geolocalizzate (es. dati su itinerari, aziende, produzioni, ...) | 2 | 1 |
| | | Comunicazione tradizionale | N. Strumenti di comunicazione | Materiale promozionale ➤ Agriturismo_materiale divulgativo per le riviste di bordo | 1 | 1 |
| | | | | Workshop/Focus Group ➤ Distretti biologici e sviluppo locale | 6 | 5 |

Ob. Sp D) Facilitare l'accesso alle informazioni e l'interazione con la società civile

- **METTERE LE IMPRESE AL CENTRO E APRIRSI A NUOVE MODALITÀ DI COMUNICAZIONE**
 - Avanzamento: 77%

➤ **CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE A SOSTEGNO DELL'AGRITURISMO SU RIVISTE DI BORDO**

#Promozione, partnership, turismo

- 3 uscite su 3 riviste di bordo (La Freccia I sensi del Viaggio e Ulisse)
- Oltre 9 milioni di contatti utili al mese
- 3 associazioni di settore coinvolte (Terra Nostra, Agriturismo e Turismo Verde)





3. Piano di Comunicazione 2017-18

Ob.2 - PARTECIPAZIONE – TARGET STAKEHOLDER

| AZIONI RRN | OBIETTIVI OPERATIVI | ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE | INDICATORE DI PRODOTTO | NOTE | VALORE 31/12/2018 | VALORE 30/06/2018 |
|---|--|------------------------------|-------------------------------|---|-------------------------|-------------------------|
| 2.2.1 Accesso ai finanziamenti e alle opportunità dello Sviluppo Rurale | E. Migliorare l'informazione sulle opportunità di finanziamento offerte dai programmi | Comunicazione digitale | N. Strumenti di comunicazione | Piattaforma on line ➤ Competitività_Applicativo BPOL ➤ Consulenza, formazione_Pagine web ➤ Imprenditoria giovanile e lavoro femminile_Pagine web | 5 3 1 1 | 4 2 1 1 |
| | | | N. Strumenti di comunicazione | Strumento multimediale ➤ Formazione_unità didattiche multimediali | 6 | 1 |
| | | | N. Strumenti di comunicazione | Database ➤ Agriturismo e multifunzionalità | 1 | 1 |

Ob. 2 - PARTECIPAZIONE – TARGET STAKEHOLDER

Ob. Sp E. Migliorare l'informazione sulle opportunità di finanziamento offerte dai programmi

- SUPPORTARE GLI IMPRENDITORI NELLA RICERCA DI AGEVOLAZIONI FINANZIARIE

Avanzamento: 50%

➤ APPLICATIVO WEB AGROSEMPLICE

#accesso alle agevolazioni

- unica piattaforma per opportunità offerte nelle aree rurali (FEASR, FESR etc.)
- 4 sezioni tematiche: giovani, internazionalizzazione, aggregazione e innovazione
- accessi alla piattaforma: **11.142 utenti**





3. Piano di Comunicazione 2017-18

Ob.2 - PARTECIPAZIONE – TARGET STAKEHOLDER

| AZIONI RRN | OBIETTIVI OPERATIVI | ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE | INDICATORE DI PRODOTTO | NOTE | VALORE 31/12/2018 | VALORE 30/06/2018 |
|------------------|---|-------------------------------|---|---|-------------------------|-------------------------|
| 2.1.1 Networking | F. Favorire il networking e lo scambio di esperienze | Comunicazione tradizionale | N. Strumenti di comunicazione | Convegni ➤ Agricoltura sociale ➤ Biodiversità ➤ Misure ACA | 9 5 2 2 | 8 5 2 1 |
| | | | N. Strumenti di comunicazione | Workshop/Focus group ➤ Biodiversità ➤ Formazione ➤ Misure ACA | 7 1 1 5 | 4 0 0 4 |
| | | | N. Strumenti di comunicazione | Materiale promozionale ➤ Biodiversità | 1 | 0 |
| | | | Numero di scambi tematici e analitici istituiti con il sostegno della RRN | Study Visit ➤ Agricoltura sociale | 3 | 2 |
| | | | Numero di scambi tematici e analitici istituiti con il sostegno della RRN | Progetto ad hoc ➤ Campagna informativa su Agricoltura sociale ➤ Biologico_Sinergie tra produzioni e siti artistici e culturali | 2 1 1 | 0 0 0 |
| | | | Numero di scambi tematici e analitici istituiti con il sostegno della RRN | Gruppo di lavoro ➤ Biologico | 1 1 | 0 0 |

• **ORGANIZZARE EVENTI INFORMATIVI E SCAMBIARE IDEE**

Avanzamento: 60%

➤ **FORUM, WORKSHOP, CONVEGNI ACA**

#Sviluppo rurale e uso sostenibile dei pesticidi

- 2 workshop nazionali di confronto tra i diversi decision maker (500 partecipanti)
- 2 Focus group con stakeholder del mondo ambientalista e biologico
- 2 Booklet divulgativi (2000 copie divulgative)
- Interazione con altre Istituzioni (es. MATTM)



Accessi web (01/01/2017 – 30/06/2018)

Sito Rete rurale

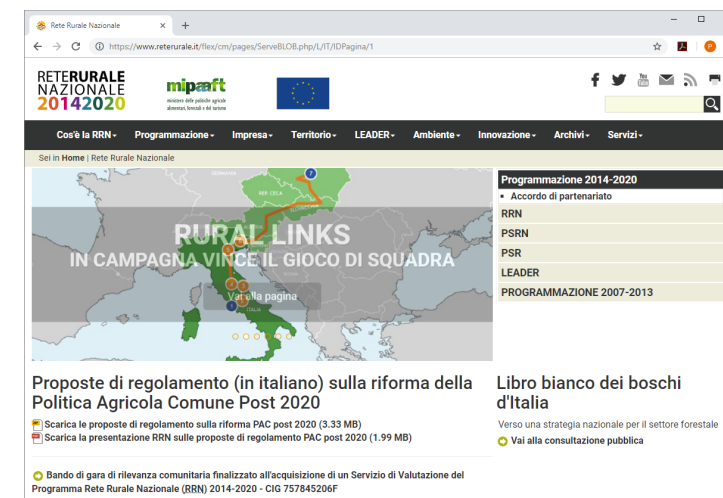
➤ Utenti: 211.039; Visualizzazioni di pagina: 1.091.726

Pianeta Psr

➤ Utenti: 74.701; Visualizzazioni di pagina: 176.478

Canali social

- Facebook: 10.902 follower
900.864 visualizzazioni post
- Youtube: 86.361 visualizzazioni video
- Twitter: 292.000 visualizzazioni post





Schede progetto Piano Biennale



1. INFORMAZIONE

- A. Garantire la diffusione capillare delle informazioni sulla politica di sviluppo rurale
- B. Ottimizzare la raccolta e la valorizzazione delle buone pratiche
- C. Incrementare le azioni di rete per il trasferimento di conoscenze e l'analisi di casi territoriali innovativi
- D. Facilitare l'accesso alle informazioni e l'interazione con la società civile

2. PARTECIPAZIONE

- E. Migliorare l'informazione sulle opportunità di finanziamento offerte dai programmi
- F. Favorire il networking e lo scambio di esperienze

Comitato di Comunicazione



3. COMUNICAZIONE COORDINATA

- G. Promuovere iniziative comuni finalizzate a dare visibilità agli interventi finanziati con i fondi FEASR

Bando di Comunicazione



4. VISIBILITA' FEASR

- H. Rafforzare la comunicazione interna per favorire l'integrazione fra le azioni di comunicazione dei Psr
- I. Migliorare la conoscenza dei progetti finanziati dal FEASR e del loro impatto sulla vita dei cittadini
- L. Aumentare la cooperazione con i media e gli influencer
- M. Creare un'immagine coordinata omogenea e facilmente riconoscibile

5. BENEFICIARI ATTIVI

- N. Favorire la comprensione diffusa del ruolo della Rete rurale a sostegno dei cittadini e della Comunità rurale
- O. Sviluppare percorsi di comunicazione sul territorio nazionale
- P. Favorire il coinvolgimento civico e il dialogo aperto su risultati e priorità dello sviluppo rurale

Ob.3 – COMUNICAZIONE COORDINATA

Ob. Sp G. Promozione di iniziative finalizzate a dare visibilità agli interventi finanziati con i fondi FEASR

- **METTERE IN EVIDENZA ESPERIENZE DI SUCCESSO**

➤ **ISTITUZIONE GRUPPI DI LAVORO RISTRETTI**

- Panel 1. GR «Sperimentazione regionale R4Learning»
- Panel 2. GR «Evento divulgativo sui progetti FEASR»

➤ **RACCOLTA E VALORIZZAZIONE PROGETTI FEASR**

- Definizione template comune
- Quadro sinottico progetti segnalati

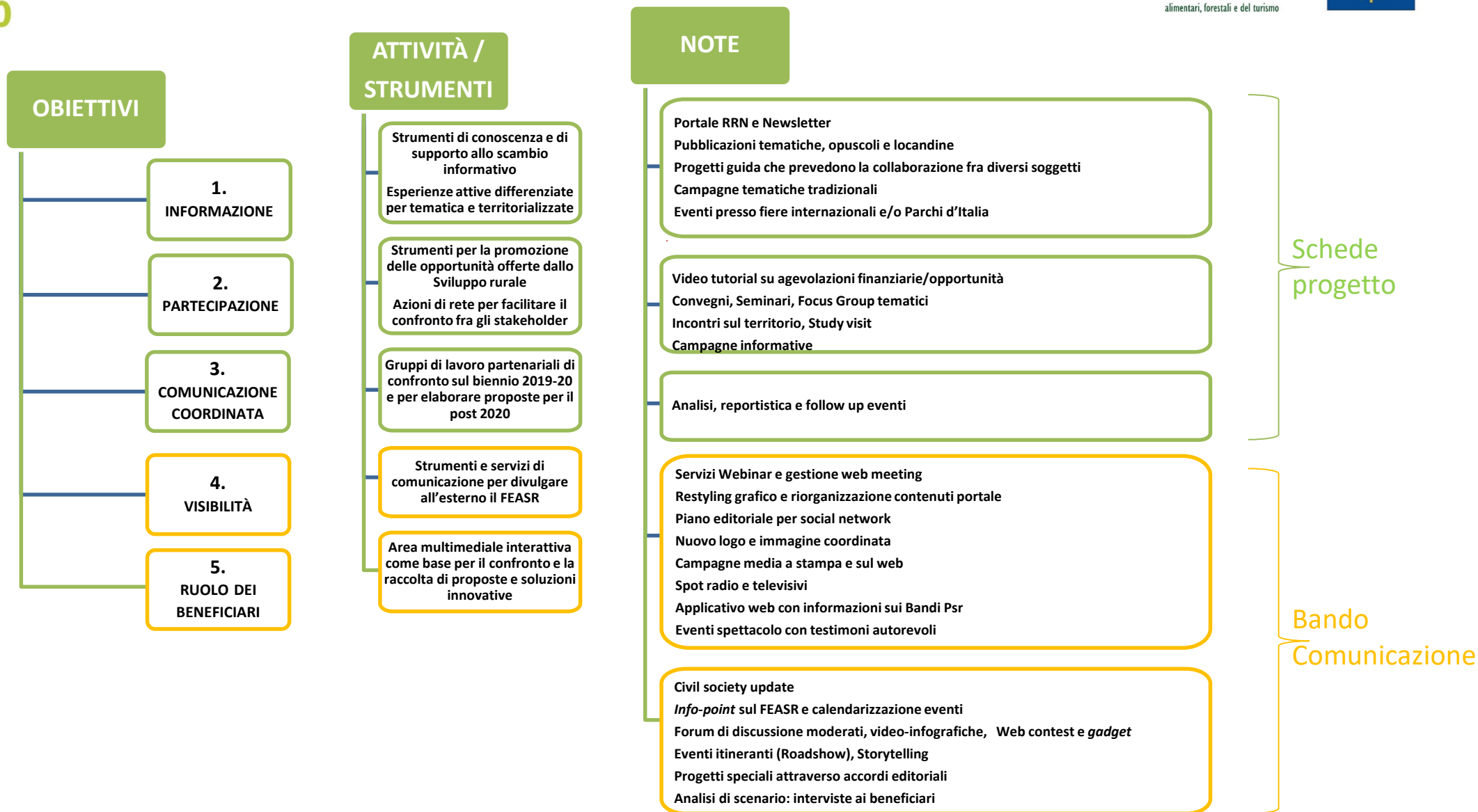
➤ **MOSTRA ELABORATI**

- Ideazione e creazione pannelli espositivi
- Realizzazione di un catalogo/brochure con i singoli progetti FEASR
- Ideazione e realizzazione di un video promozionale dei progetti FEASR

➤ **SUPPORTO ALLA RRE PER IL «RURAL INSPIRATION AWARD»**

- Raccolta migliori progetti sostenuti con il FEASR
- Trasmissione alla RRE





Schede progetto

Bando Comunicazione



I FONDI COMUNITARI A SOSTEGNO DELLE ECCELLENZE RURALI

Esperienze e progetti finanziati dallo Sviluppo Rurale

[Link al video riassuntivo](#)