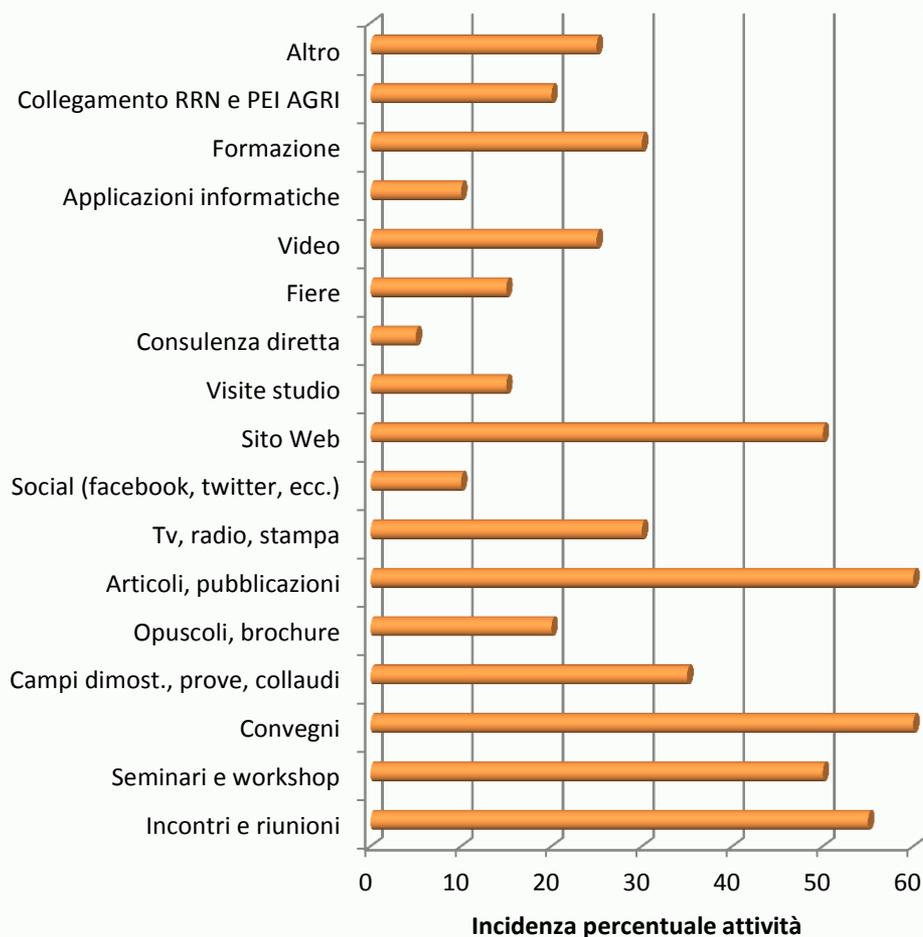


- 43 poster inviati complessivamente - 20 poster **esposti** (*oltre un terzo non ha indicato modalità e strumenti di interazione*);
- un terzo di quelli che hanno fornito informazioni indica come **modalità di interazione gli incontri tra i partecipanti, anche in sottogruppi**;
- un quarto indica **sopralluoghi in azienda e condivisione delle attività** come modalità **per coinvolgere gli agricoltori**;
- Seguono termini come **validazione dati, networking, confronto continuo, co-definizione e valutazione innovazioni**, e **strumenti quali social media, sito web, posta elettronica, archivio condiviso**, indicati in circa un quinto dei poster;
- Una piccola parte indica come modalità gli **incontri tra partecipanti e terzi (esperti)**.



## Le attività di divulgazione dei GO

Tipologie attività divulgative



- 43 poster inviati complessivamente - 20 poster esposti (circa il 10% non ha indicato attività divulgative);

- sono presenti nei poster ben 17 differenti categorie di strumenti divulgativi;

- prevalgono nel complesso gli strumenti “tradizionali” di divulgazione (soprattutto articoli, incontri, convegni, seminari e siti web);

- gli strumenti meno indicati sono la consulenza diretta, i canali social, le applicazioni informatiche, le fiere e le visite studio;

- tra gli strumenti classificati nella voce **altro** sono stati inseriti cartoline parlanti, confronti itineranti in bus, mostre, web-marketing, ecc.