

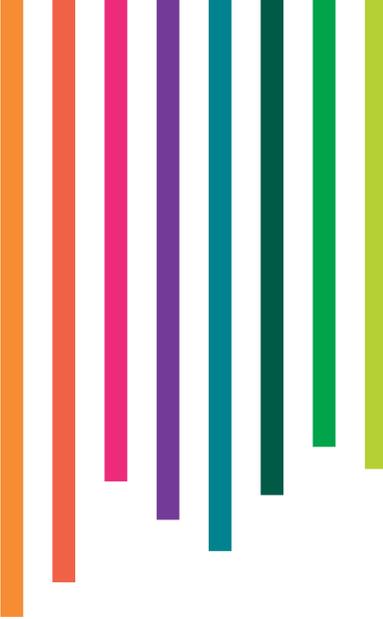


TUNING CONFERENCE
28 GENNAIO 2020

RETERURALE NAZIONALE 20142020

f t v i reterurale.it





PIANO BIENNALE DI COMUNICAZIONE 2019-2020

FABBISOGNI	PRIORITÀ	TARGET	STRUMENTI DI INTERVENTO
Maggiore visibilità degli interventi Relazione sistemica con i moltiplicatori dell'informazione	Visibilità FEASR nella comunicazione istituzionale e con i media	Moltiplicatori d'informazione	Bando di comunicazione
Comunicazione più orientata ai territori	Coinvolgimento di tutti i soggetti target assegnando ai beneficiari un ruolo attivo nella comunicazione del FEASR	Società civile e stakeholder dello sviluppo rurale	

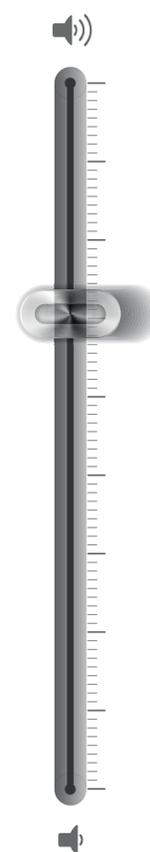


CAMPAGNA OMBRELLO SULLO SVILUPPO RURALE

Asset
materiali
e immateriali

Lo sviluppo rurale va oltre il processo produttivo:

- È un **processo di crescita sociale e culturale** che investe i temi della formazione, dell'innovazione, della sostenibilità.
- È un **processo di rafforzamento dell'appartenenza e dell'identità** dei soggetti impegnati in vario modo nel "far fruttare" il proprio territorio.



Valore pratico e valore morale, progresso economico e progresso socio-culturale, benefici visibili e benefici invisibili sono parti integranti e motori di questo processo e si potenziano e si rafforzano l'un l'altro.



Heritage
Condiviso

I VALORI DELLO SVILUPPO RURALE

L'insieme di valori prodotti dallo sviluppo rurale è

- heritage condiviso e narrazione coerente
- strumento di progresso
- motivo di orgoglio e di identità
- generatore attivo di relazioni, di progresso.

Lo storytelling della campagna farà da:

- attivatore di una percezione positiva delle attività da parte del target cittadini
- catalizzatore dell'engagement delle AdG e degli altri soggetti attuatori
- "booster" per la veicolazione di tutte le informazioni tecniche, finanziarie e operative riguardanti il partenariato e gli stakeholder in generale.





RRN Moltiplicatore Relazionale

RRN infrastruttura “generativa” di valore, in termini non solo economici ma relazionali, sociali, di competenze:

- Rete di Reti
- Raccordo e Potenziamento
- Moltiplicatore Relazionale

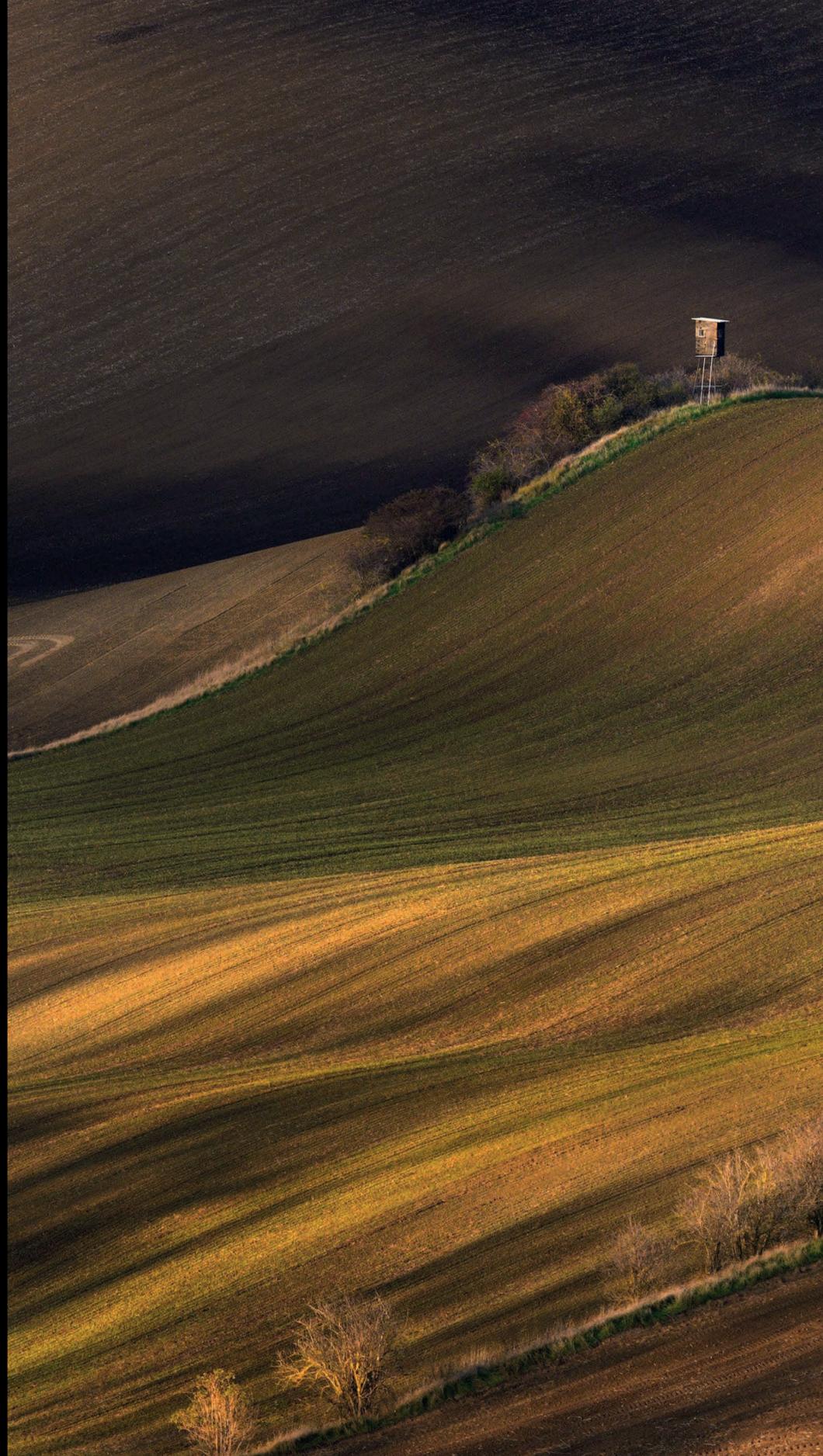
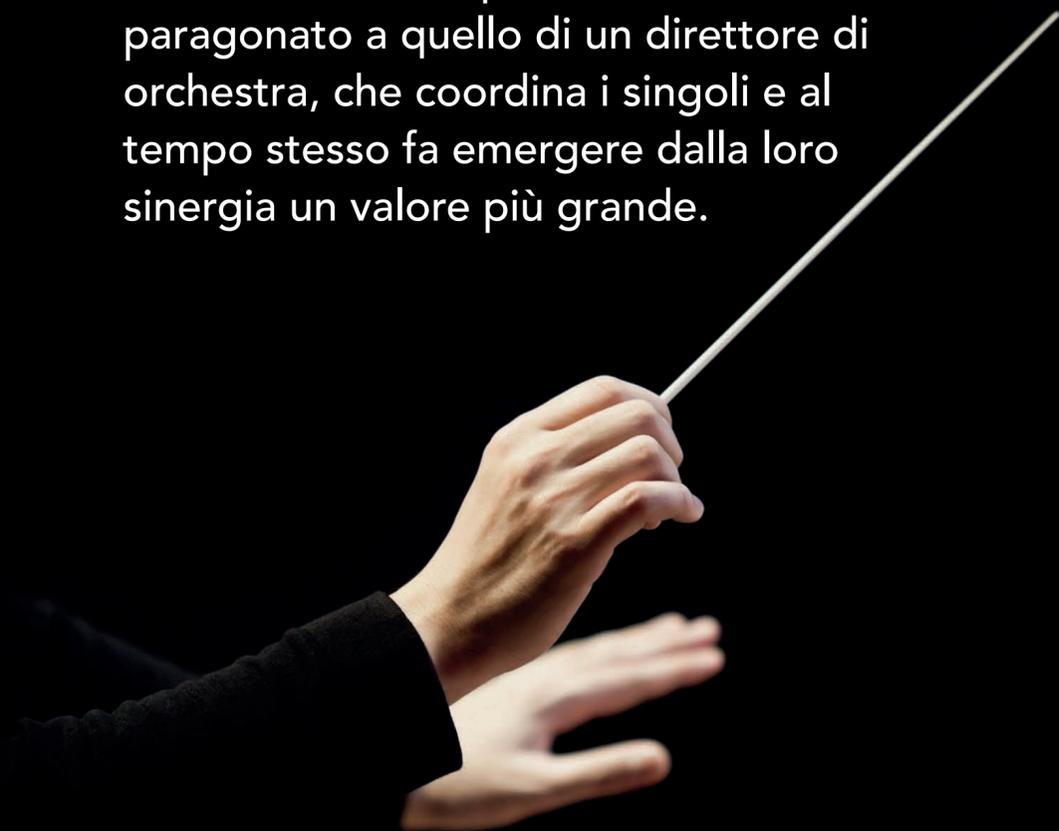
La campagna di comunicazione ombrello mira a valorizzare il ruolo di RRN, volto alla creazione di strutture collaborative stabili ed efficienti.

Il concetto di rete in questa accezione “generativa” si fa veicolo per la creazione e il rafforzamento di relazioni “di valore” su diversi livelli:

- tra soggetti rurali ed extra-rurali
- tra cittadini e istituzioni
- all’interno delle comunità rurali

Armonizzazione

Il ruolo della RRN può essere paragonato a quello di un direttore di orchestra, che coordina i singoli e al tempo stesso fa emergere dalla loro sinergia un valore più grande.



CONCEPT

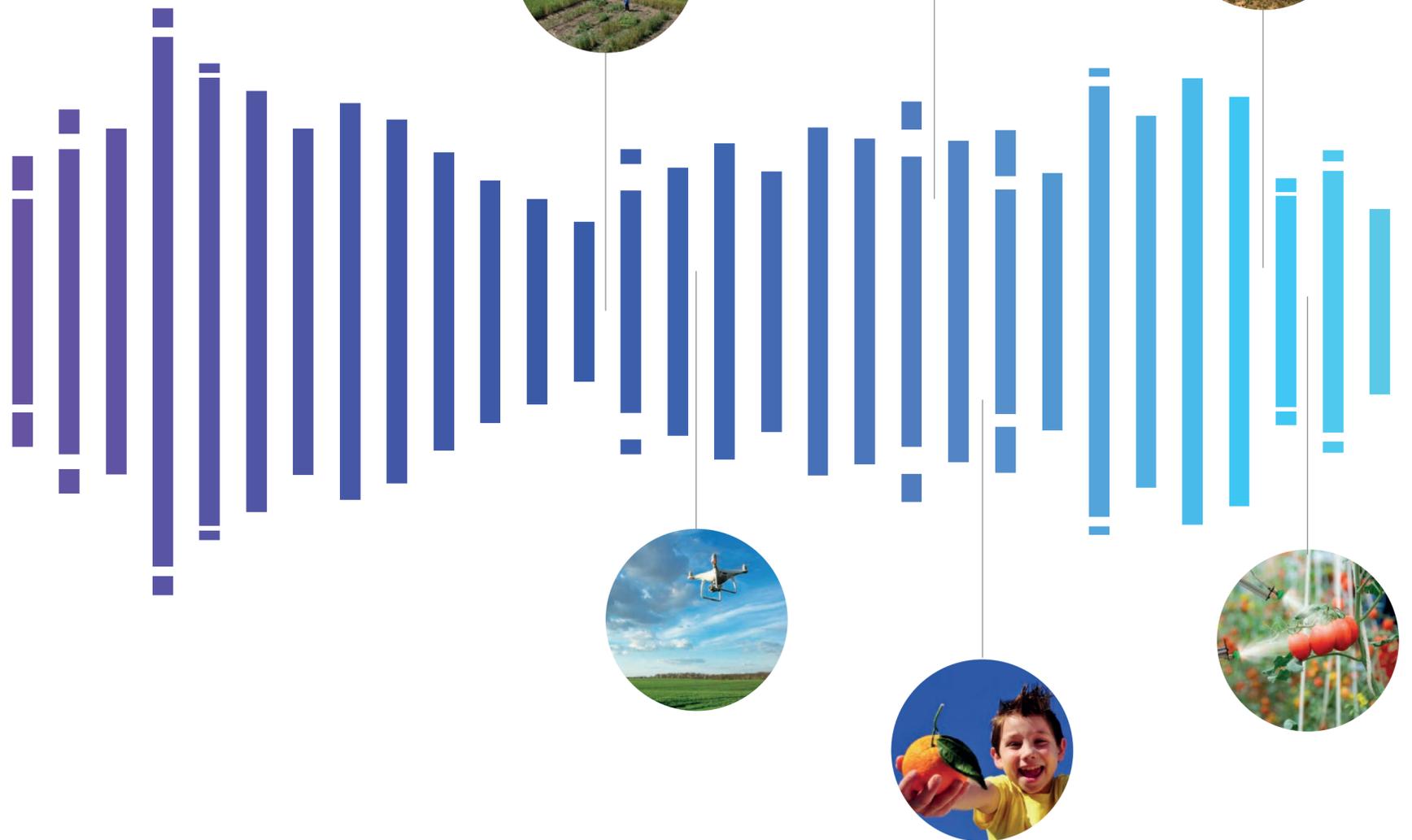
Facciamo rete per armonizzare il sistema rurale

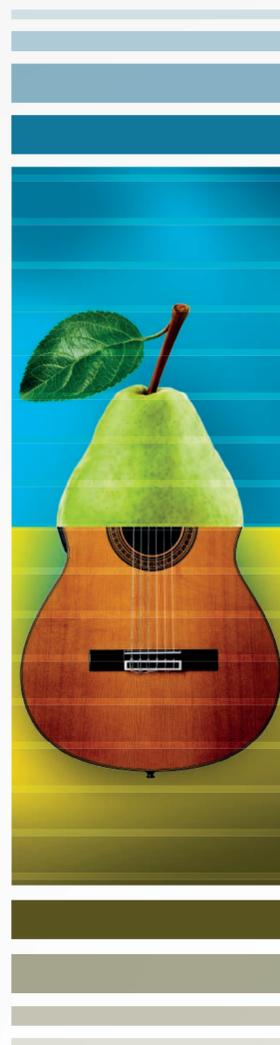
La RRN viene raccontata come boost che consente a ciascun elemento di esprimere al massimo le proprie potenzialità in modo che dall'integrazione tra tutti gli attori emerga il valore aggiunto della rete stessa.



CAMPAGNA OMBRELLO SULLO SVILUPPO RURALE

Un sistema creativo originale e flessibile, declinabile tanto su mezzi tradizionali quanto su strumenti multimediali, digitali e interattivi. La composizione richiama un equalizzatore e consente a ogni elemento/contenuto di essere modulato in modo diverso restando comunque parte integrante del sistema.





**FACCIAMO RETE
PER ARMONIZZARE
IL SISTEMA RURALE.**

IL PROGRAMMA RRN È LO STRUMENTO PER RAFFORZARE L'INTEGRAZIONE E IL COORDINAMENTO TRA POLITICHE E ATTORI DEL MONDO RURALE

Migliorare l'attuazione e la gestione dei PSR italiani, favorire lo scambio di esperienze e conoscenze tra le realtà territoriali, diffondere i risultati raggiunti, promuovere l'innovazione, dare visibilità alle opportunità per i giovani. Scopri di più sulle attività della Rete Rurale Nazionale su reterurale.it.



**RETERURALE
NAZIONALE
20142020**



Immagine Coordinata





COSA PREVEDE IL PROGRAMMA ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

- **Aggiornamento del sito web**
Piano grafico e content
- **Animazione Social**
Piano e calendario editoriale coerente alla campagna
- **Webinar, web meeting, video conference e streaming**
per il coinvolgimento della società civile e l'integrazione
- **Presidio di media relation**
mappatura e categorizzazione, newsmaking, diffusione della campagna con un piano di 12 conferenze tra il 2020-2021 aperti al mondo dei media e ai moltiplicatori dell'informazione
- **Eventi spettacolo/straordinari**
entro giugno 2020 per illustrare i risultati intermedi del Programma;
entro febbraio 2021 per un bilancio finale sull'andamento del programma,
ed entro febbraio 2022 sulla nuova programmazione
- **Armonie di territori**
8 tappe per raccontare il Paese Italia attraverso i risultati in termini di sviluppo, eccellenza, innovazione
(periodo autunnale entro dicembre 2020)
- **Manifestazioni e fiere**
n.2 presenze nel 2020 e n.2 nel 2021 a manifestazioni fieristiche sulla base di quanto indicato nel Piano di comunicazione del MIPAAF, n.2 manifestazioni con presenza autonoma di RRN
- **Piano di investimento pubblicitario, tabellare, digitale, progetti speciali**
1 milione di euro circa di investimento nel triennio
- **Monitoraggio**
analisi di scenario, monitoraggio in itinere, valutazione ex-post



AZIONI COMUNI PER DARE VALORE ALLE BUONE PRATICHE DI COMUNICAZIONE

Segnalazione 1 best practice di comunicazione su periodo 2014-2020:

- Azione/strumento particolarmente innovativo
- Azione/strumento che ha riscosso particolare successo

Scheda segnalazione “best practice”

- Descrizione tipologia iniziativa
- Target primario e secondario
- Finalità dell’iniziativa
- Risultati ottenuti
- Materiale di approfondimento
 - Video a supporto (max. 3 minuti)
 - Immagini a supporto (max. 7)
 - Link di riferimento ecc



Pomilio
Blumm
ideas can