



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	



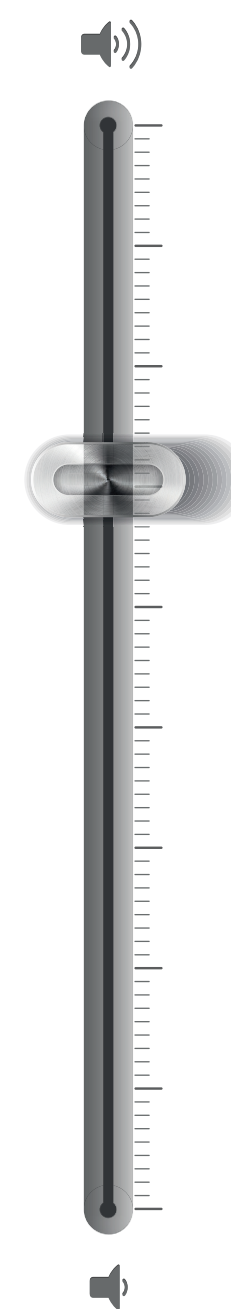


Asset  
materiali  
e immateriali

## CAMPAGNA OMBRELLO SULLO SVILUPPO RURALE

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.

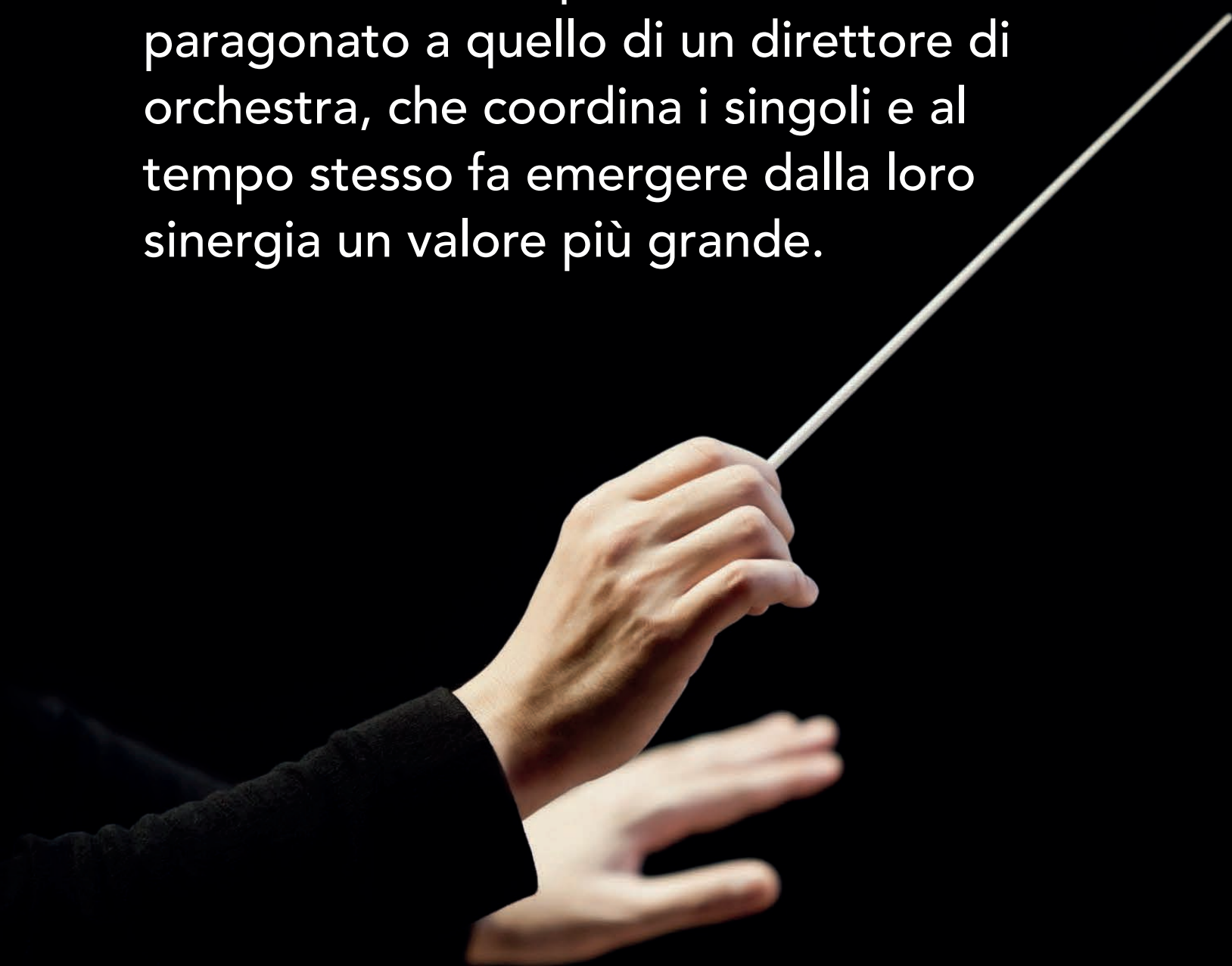
Il concetto di rete in questa accezione “generativa” si fa veicolo per la creazione e il rafforzamento di relazioni “di valore” su diversi livelli:

- 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**

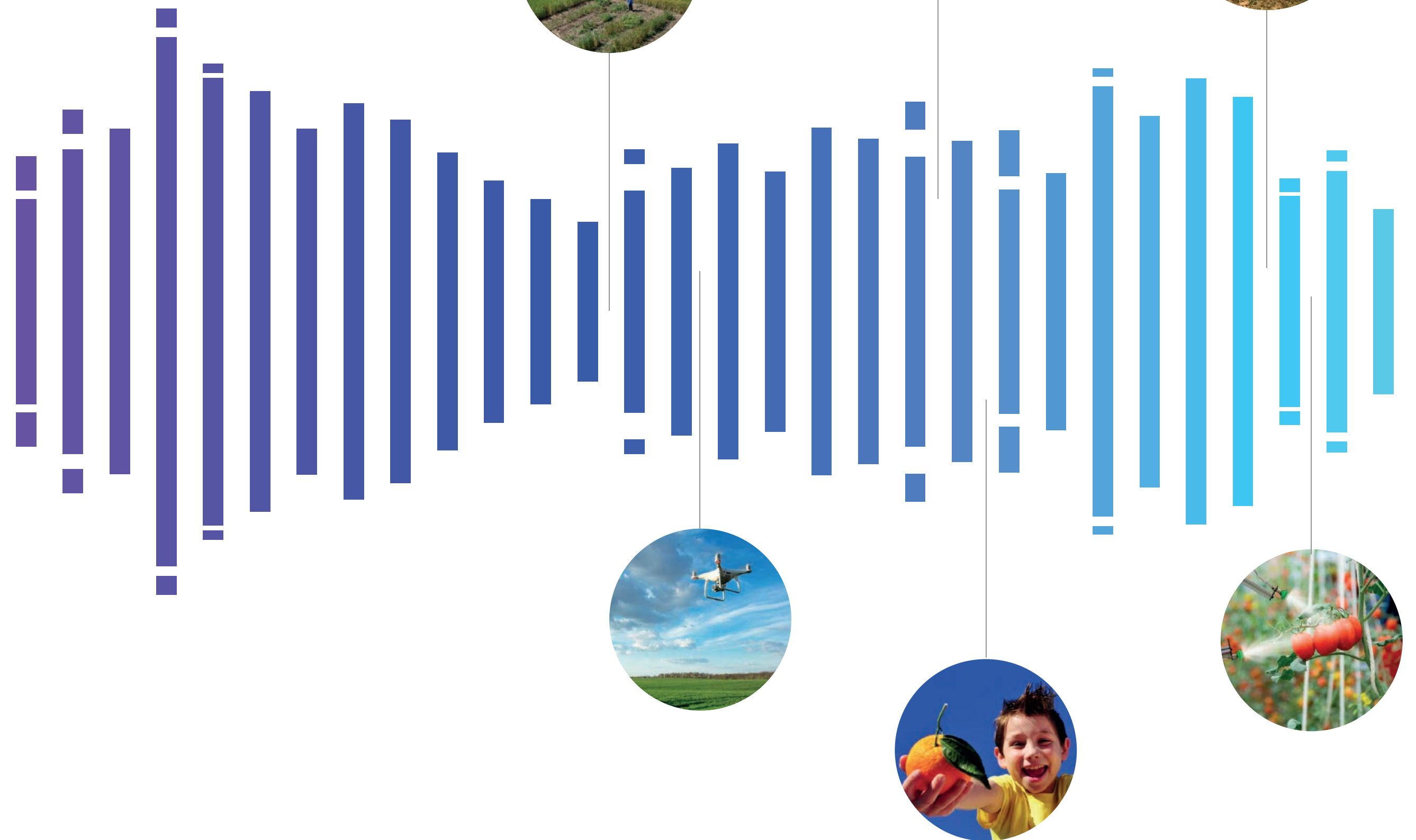
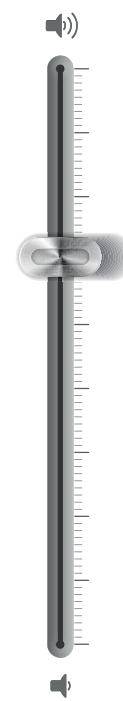
La RRN viene raccontata come boost che consente a ciascun elemento di esprimere al massimo le proprie potenzialità in modo che dall'integrazione tra tutti gli attori emerga il valore aggiunto della rete stessa.



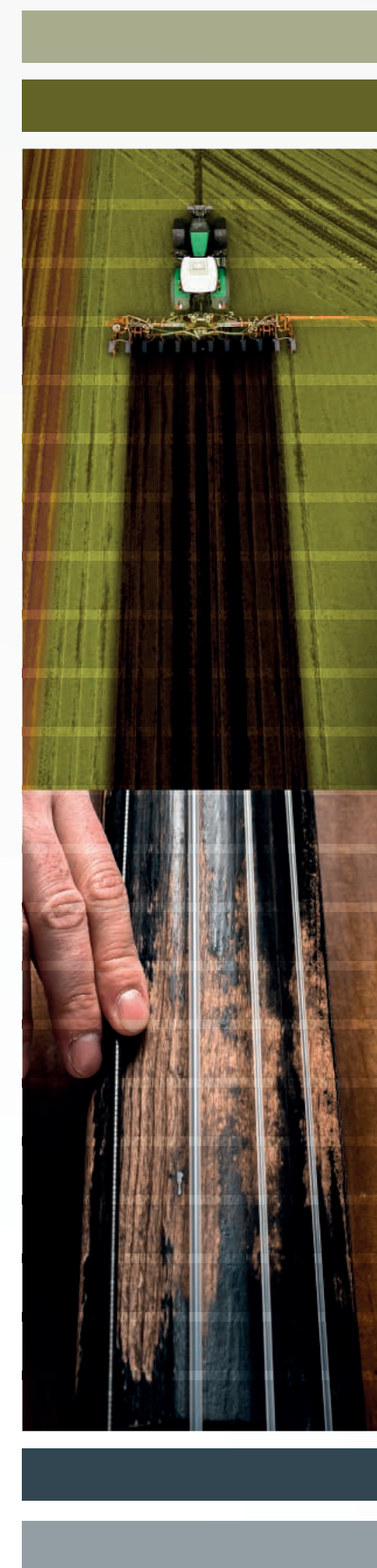
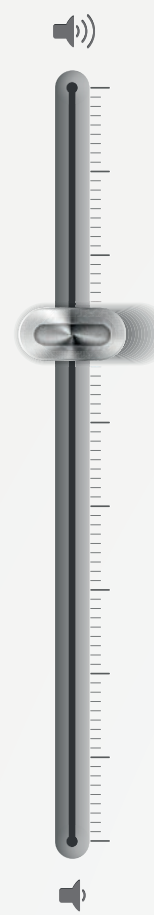


## CAMPAGNA OMBRELLO SULLO SVILUPPO RURALE

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](http://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*