

RETE RURALE NAZIONALE 2014-2020

**TUNING CONFERENCE**

*Roma, 28 gennaio 2020*

In data 28 gennaio 2020 si è tenuto a Roma, presso la Sala Clemente del Ministero delle Politiche agricole Alimentari Forestali (MIPAAF), la *tuning conference* di presentazione del Piano di Comunicazione e le attività ad esso connesse. La presentazione pertinente è stata contestualmente pubblicata sul sito della Rete rurale nazionale.

Presenti:

Rete Rurale Nazionale: Paolo Ammassari  
Paola Lionetti  
Marco Abbate  
Nicola Massimiliano Zucaro  
Matteo Tagliapietra  
Giovanna Maria Ferrari  
Roberta Ruberto  
Paola Gonnelli  
Barbara Grisafi

Regioni presenti in sede: Nicola Sassu – Sardegna

Regioni presenti in videoconferenza:

Valentina Archimede – Piemonte  
Andrea Marelli – Piemonte  
Giosella Statti – Calabria  
Giovanna Mottola – Umbria  
Paolo Cucchiari – Umbria  
Marilù D'Aloia – Emilia-Romagna  
Lucia Nacci – Emilia-Romagna  
Paolo Pirani – Emilia-Romagna  
Tiziana Cucaro – Molise  
Carla Lazzarotto – Toscana  
Viviana Mondadori – Lombardia  
Francesca Cecca – Puglia  
Anna Memoli – Puglia  
Antonella Ardito - Puglia  
Silvia Abelli – Friuli Venezia Giulia  
Stephanie Stricker – PA Bolzano  
Michele Giglio – Sicilia

Raffaele Bellio – Veneto  
Cristina Deffeyes – Valle D’Aosta

La Video conferenza si è sviluppata seguendo l’ordine del giorno:

- Piano di attività 2020 RRN
- Campagna di comunicazione RRN
- Prossimi *step*
- Il contributo delle regioni
- Adesioni progetto Rural4University

## PIANO BIENNALE DI COMUNICAZIONE 2019-2020

Il Piano di Comunicazione (PdC), a partire dall’annualità 2020, comprende oltre alle attività di comunicazione previste dalle schede progetto, ulteriori attività affidate all’esterno Tali attività prendono in esame una serie di fabbisogni, quali quelli legati alla maggiore visibilità degli interventi e alla creazione di una relazione sistemica con i moltiplicatori dell’informazione, in un’ottica di visibilità del FEASR nella comunicazione istituzionale e con i media e di coinvolgimento di tutti i soggetti target, con un ruolo attivo dei beneficiari.

## CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE RRN

La Campagna ombrello sullo sviluppo rurale si compone di una serie di *asset* materiali e immateriali per spiegare come lo sviluppo rurale sia, allo stesso tempo, un processo di crescita sociale e culturale e un processo di rafforzamento del senso di appartenenza e identità.

La Campagna si sviluppa attraverso uno *storytelling* che sarà attivatore di una percezione positiva nei confronti dei cittadini che usufruiranno degli strumenti della campagna, nonché catalizzatore dell’*engagement* delle Autorità di gestione. La RRN sarà 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 quale acceleratore nella diffusione delle informazioni tecniche, finanziarie e operative che riguardano il partenariato.

Il PdC prevede, per le annualità 2020-2022, un nuovo ramo rispetto alla comunicazione tradizionale della Rete rurale: un sistema creativo e flessibile declinabile su strumenti multimediali, digitali e interattivi che avranno come primo obiettivo quello di “allargare” il bacino di utenza anche alla società civile oltre che agli addetti al settore. Il Piano di Comunicazione avrà anche lo scopo di perseguire i seguenti obiettivi:

- Migliorare la visibilità del fondo FEASR
- Aiutare la sinergia tra i moltiplicatori di informazioni
- Coinvolgere tutti i soggetti target, assegnando ai beneficiari un ruolo attivo
- Creare un circuito virtuoso di comunicazione al fine di “sfruttare” la campagna in maniera proattiva.

Importante premessa che si collega alla campagna ombrello è quella che descrive il ruolo importante, attivo e proattivo che i PSR regionali hanno nei confronti della società e dei territori. Le politiche di sviluppo rurale rappresentano, infatti, un valore aggiunto per il territorio che le attua, non solo a livello economico ma anche a livello sociale. Si rende, pertanto, necessario il coinvolgimento del cittadino, come attore proattivo delle politiche di sviluppo rurale, in quanto le sue scelte hanno ricadute sul territorio.

La difficoltà riscontrata nell'analisi preliminare riguarda la non facile comunicazione tra le politiche di sviluppo rurale, le politiche di attuazione e i cittadini in quanto, soprattutto a causa del linguaggio troppo tecnico, le tematiche sono comprese in prima battuta solo dagli addetti ai lavori.

Pertanto, il ruolo della Rete dovrà essere quello di facilitare le sinergie e l'armonizzazione dei programmi di sviluppo rurale regionali

Il ruolo della RRN può essere paragonato a quello di un direttore di orchestra che coordina e armonizza tutti gli strumenti (che qui stanno a rappresentare i PSR regionali), valorizzando le esperienze di eccellenza. Il collegamento tra tutti gli attori della rete innesca un processo di crescita territoriale, che investe i temi della formazione, dell'innovazione e della sostenibilità, unendo *asset* di tipo materiale e immateriale.

## PROSSIMI

## STEP

Il programma di comunicazione prevede una serie di appuntamenti sul territorio atti a coinvolgere a 360 gradi sia i cittadini, parte proattiva delle attività stesse, che le regioni e le Autorità di gestione.

Tra gli appuntamenti ci saranno 3 eventi spettacolo:

- Il primo, da realizzare entro giugno 2020, avrà lo scopo di illustrare i risultati intermedi del Programma
- Il secondo, entro febbraio 2021, consentirà di effettuare un bilancio finale sull'andamento del Programma
- Il terzo, entro febbraio 2022, sarà focalizzato sulla nuova programmazione

Questi eventi serviranno ad amplificare le iniziative e le attività della Rete Rurale.

## IL CONTRIBUTO DELLE REGIONI

Le Regioni verranno coinvolte in maniera attiva soprattutto nell'ambito del *roadshow* territoriale "armonie dei territori". Il *roadshow* sarà articolato in otto tappe che rappresentano l'occasione giusta per raccontare il Paese Italia attraverso i risultati degli interventi, in termini di sviluppo, eccellenza e innovazione.

Le Regioni verranno coinvolte, inoltre, nel racconto delle *best practice* legate alle tematiche dello sviluppo rurale. Il racconto in video sarà un amplificatore delle pratiche virtuose della regione che le ha attuate, al fine di creare un circolo virtuoso anche per le altre regioni.

## RURAL4UNIVERSITY

La seconda parte della conferenza è stata dedicata al progetto Rural4University rivolto agli atenei italiani. In particolare, è stato fornito un aggiornamento sullo stato di avanzamento delle manifestazioni d'interesse e sul programma dell'iniziativa che prevede, nel mese di marzo, una conferenza di presentazione dell'iniziativa ai docenti.

## Q&A

Le regioni presenti in sala (Sardegna) e collegate in videoconferenza (Piemonte, Calabria, Umbria, Emilia Romagna, Molise, Toscana, Puglia, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Bolzano, Sicilia, Veneto e Valle D'Aosta) hanno espresso un parere positivo nei riguardi delle attività presentate.

Le regioni hanno chiesto alcune specificazioni sugli eventi da realizzare nel 2020 e sulle modalità di realizzazione del *roadshow*.

La regione Molise si è detta particolarmente interessata alla declinazione dello storytelling del Piano di Comunicazione che unisce tematiche legate al mondo dello sviluppo rurale e al mondo della musica e ha chiesto informazioni più specifiche sul format dell'attività.

La Valle D'Aosta ha condiviso la scelta della Rete rurale di orientare le attività del Piano di Comunicazione verso la società civile, vista le difficoltà di raggiungere questo target attraverso il Programma di sviluppo rurale.

La Regione Piemonte ha chiesto qualche delucidazione sul programma di attività, in riferimento alla transizione verso la nuova fase di programmazione.

Ulteriori domande hanno riguardato le best practice da divulgare che riguardano direttamente le buone pratiche di comunicazione adottate dalle regioni.

In particolare, la regione Umbria ha chiesto informazioni sulla scadenza per l'invio delle schede.

La Regione Toscana ha chiesto una scheda tipo per la segnalazione delle migliori pratiche.

In relazione a Rural4University, la Regione Valle d'Aosta si è riservata la possibilità di partecipare all'iniziativa qualora aderisca l'unica università presente sul territorio.

Le Regioni Calabria, Umbria, Toscana e Friuli Venezia Giulia nei prossimi giorni daranno riscontro certo circa l'adesione o meno; il Veneto ha deciso di non aderire.