



Rete Rurale Nazionale 2014-2020

Piano di comunicazione 2019-2020





Colophon

Il presente documento è stato prodotto nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-2020 Piano Biennale 2019-20 Scheda Progetto Crea 2.2 "Sinergie"

Autorità di gestione:

Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo

Ufficio DISR2 - Dirigente: *Paolo Ammassari*

Cura del documento:

Paola Lionetti

Con la collaborazione di:

Federica D'Aprile, Margherita De Agostini,

Giordana La Mendola

Progetto grafico e impaginazione:

Roberta Ruberto

Disclaimer

Pubblicazione realizzata con il contributo FEASR (Fondo europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale) nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-2020

Nella stesura del Piano di Comunicazione si è tenuto conto delle informazioni riportate nel Piano Biennale 2019-20 e nel Capitolato tecnico predisposto per l'affidamento del Servizio relativo alla "Comunicazione, Informazione e pubblicità del programma RRN 2014-20".

La **Rete Rurale Nazionale (RRN)** è il programma con cui l'Italia partecipa al più ampio progetto europeo (Rete Rurale Europea - RRE) che accompagna e integra tutte le attività legate allo sviluppo delle aree rurali per il periodo 2014-2020.

Il programma di sviluppo rurale 2014-20 della Rete Rurale Nazionale (RRN) per l'Italia sostiene le politiche per lo sviluppo rurale, attraverso azioni a livello nazionale, finalizzate a migliorare la qualità dell'attuazione e gestione dei programmi di sviluppo rurale italiani e a favorire lo scambio di esperienze e di conoscenze tra territori rurali.

Il programma RRN ha anche lo scopo di garantire una migliore visibilità dei risultati raggiunti e il maggior coinvolgimento possibile di tutti i soggetti interessati allo sviluppo rurale presenti sul territorio italiano.

- In stretta coerenza con le finalità del programma RRN, la **Strategia di Comunicazione settennale** intende raggiungere il territorio e il grande pubblico e favorire la partecipazione del partenariato, delle organizzazioni e delle amministrazioni direttamente o indirettamente coinvolte nello sviluppo rurale.
- Il **Piano di Comunicazione biennale (PdC 2019-20)** descrive, in sintesi, le attività che la Rete Rurale Nazionale intende realizzare nel biennio 2019-20 per l'attuazione della Strategia di Comunicazione 2014-20, come previsto dalla disciplina giuridica sull'informazione e la pubblicità degli interventi finanziati dal Fondo Europeo per lo Sviluppo Rurale (FEASR) (cfr. Appendice - Legislazione 2014-20).
- Il PdC 2019-20 sarà oggetto di verifica e revisione al termine di ogni annualità, al fine di renderlo uno strumento flessibile alle esigenze emerse attraverso il dialogo con le parti coinvolte e contribuire a garantire trasparenza e visibilità alle azioni intraprese con il sostegno del FEASR.



1. Introduzione

Finalità e struttura del Piano di Comunicazione 2019-20

Il Piano di Comunicazione 2019-20 è stato calibrato tenendo conto, da un lato, delle attività di comunicazione che saranno realizzate nell'ambito delle Schede Progetto del Piano Biennale 2019-20 (con il contributo degli Enti vigilati Crea e Ismea) e, dall'altro, delle attività che saranno realizzate attraverso l'affidamento del Servizio relativo alla "Comunicazione, Pubblicità e Informazione del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-20" (Gazzetta Ufficiale n. S39 del 25 febbraio 2019).

Le attività di comunicazione oggetto dell'appalto intendono favorire la diffusione dei risultati dei 21 Programmi di Sviluppo Rurale (Psr), attraverso azioni sinergiche e complementari alle attività di comunicazione attuate dalle Regioni e/o Province Autonome, per comunicare il valore aggiunto dello sviluppo rurale, con particolare riguardo alle sei priorità dello sviluppo rurale (Reg. Ue 1305/2013). La strategia comunicativa, dalla forte valenza istituzionale, sarà volta anche a garantire l'immediata riconoscibilità della RRN 2014-20 e ad esprimere l'identità della Rete.

Per una lettura immediata, la struttura del presente Piano comprende la sequenza di seguito descritta.

La Sezione 1 definisce le priorità strategiche, i gruppi target e gli strumenti di intervento, per l'attuazione della Strategia di Comunicazione nel biennio 2019-2020.

Le Sezioni 2 e 3 offrono infine indicazioni sui principali contenuti da veicolare, attraverso la descrizione degli output chiave previsti per l'attuazione del Piano di comunicazione 2019-20. Nella Sezione 4 sono declinati i messaggi da veicolare.

Le Tavole da 1 a 3, con riferimento agli obiettivi specifici del PdC, valorizzano gli indicatori degli output previsti nelle Schede Progetto del Piano d'azione biennale 2019-20. Le tavole 4 e 5, con riferimento al capitolato tecnico della gara a procedura aperta per l'affidamento del servizio comunicazione, definiscono le diverse modalità di comunicazione (comunicazione online, presidio di media relation tradizionale e digitale, eventi, pubblicazioni ecc.).

2. Sezioni

Sezione 1 – Priorità strategiche e strumenti d'intervento

 Fabbisogni	 Priorità strategiche	 Target	 Strumenti di intervento
Necessità di raggiungere il grande pubblico Semplificazione visiva	1. Comunicazione, informazione e scambio conoscenze sulla politica di sviluppo rurale	Società civile	Schede progetto
Maggiore coinvolgimento degli stakeholder	2. Partecipazione dei portatori d'interesse all'attuazione dello sviluppo rurale	Stakeholder dello sviluppo rurale ¹	
Integrazione con altre istituzioni a livello comunitario, nazionale e regionale	3. Comunicazione coordinata sui fondi europei per l'agricoltura in particolare il Feasr	Network comunicatori Fondi Sie ²	
Maggiore visibilità degli interventi Relazione sistemica con i moltiplicatori dell'informazione	4. Visibilità del Feasr nella comunicazione istituzionale e con i media	Moltiplicatori d'informazione	Bando di comunicazione
Comunicazione più orientata ai territori	5. Coinvolgimento di tutti i soggetti target assegnando ai beneficiari un ruolo attivo nella comunicazione del Feasr	Società civile e stakeholder dello sviluppo rurale	

¹ Beneficiari, beneficiari potenziali, partenariato socio-economico

² Network comunicatori feasr, rete comunicatori fondi sie, network comunicatori ENRD



2. Sezioni

Sezione 2 - Attività e output chiave delle schede progetto

Priorità strategiche (Ps)

1. Comunicazione, informazione e scambio di conoscenze sulla politica di sviluppo rurale (Società Civile - Ps1)
2. Partecipazione dei portatori d'interesse all'attuazione dello sviluppo rurale (Stakeholder dello sviluppo rurale - Ps2)



Comunicazione digitale

Sito web RRN www.reterurale.it

- Pubblicazione online di opportunità e bandi (Ps2)
- Pubblicazione online di pagine web dedicate ai progetti (Ps1)
- Pubblicazione online di materiali divulgativi e delle notizie relative all'attuazione del programma (Ps1)
- Gestione e implementazione del Servizio Business Plan Online per la didattica (Ps1)

Newsletter Pianeta PSR www.pianetapsr.it

- Redazione della rivista online Pianeta Psr (Ps1)

Piattaforma e-learning www.rural4learning.it

- Gestione e implementazione sezione corsi (Università e Scuola) con nuovi moduli didattici e informazioni per gli studenti (Ps1)

Piattaforma Agrosemplificata www.agro-semplificata.it

- Gestione e implementazione della piattaforma, per la ricerca delle opportunità di agevolazione finanziaria da parte dei potenziali beneficiari (Ps2)

Applicazioni interattive

- Applicazione ludico interattiva sui cambiamenti climatici, applicazioni per la georeferenziazione dei paesaggi rurali, web series tematiche (Ps1)
- Video demo sulla nuova baseline (pre-riforma) (Ps1)

Pubblicazioni online

- Graphic novel, infografiche, video promozionali (Ps1)

Database

- Aggiornamento e implementazione banca dati Eccellenze rurali www.reterurale.it/eccellenze (Ps1)
- Aggiornamento e implementazione banca dati casi aziendali Rural4Learning www.rural4learning.it/site/local/r4l_aziende/viewaziende.php (Ps1)
- Portfolio elaborati multimediali realizzati dai beneficiari (Ps1)
- Implementazione banca dati aziende Farm Lab e sviluppo sezione in lingua inglese (Ps1)
- Banca della terra over 65 senza eredi e supporto alla realizzazione della piattaforma online (Ps1)



Comunicazione tradizionale

Campagne di comunicazione

- Campagna di comunicazione radio e/o televisiva al grande pubblico sul tema del biologico (prodotti biologici e di qualità) (Ps1)
- Campagna di comunicazione cross-mediale/non convenzionale rivolta al grande pubblico sul tema dei cambiamenti climatici (Ps1)
- Campagna di informazione sulla baseline online e tradizionale (Ps2)
- Campagna di informazione sul Bpol e Agrosemplificata online e tradizionale (Ps2)
- Campagna di promozione online anche tramite i social network per il sito Farmlab (Ps2)
- Campagna di disseminazione presso aziende agrituristiche dell'accordo tra Mipaaf e Google (Ps2)

Eventi

- Seminari su specifici temi (es. baseline, biologico, paesaggio rurale, qualità servizio di consulenza aziendale) (Ps2)
- Premiazioni di concorsi (Nuovi fattori di Successo per giovani agricoltori) (Ps2)
- Workshop tematici (Biologico e prodotti di qualità) (Ps1)
- Partecipazione a fiere con attività di animazione su temi specifici (es. cambiamenti climatici) (Ps1)
- Focus group per raccogliere le opinioni dei partecipanti (Ps1)

Pubblicazioni cartacee e materiali promozionali

- Numeri Rivista Magazine www.pianetapsr.it/magazine, opuscoli e locandine (Ps1)
- Catalogo buone pratiche nell'ambito di iniziative specifiche (Ps1)
- Brochure sul paesaggio, flyer per la banca della terra (Ps2)

Documenti tematici e linee guida

- Documenti su specifici temi (es. diversificazione aziendale, cambiamenti climatici) e documenti didattici a supporto dei corsi e-learning (Ps1)
- Metodologie per la raccolta delle buone pratiche (Ps1)

Progetti ad hoc

- Modelli di comunicazione replicabili con i Psr (Ps1)
- Progetti per la valorizzazione dei paesaggi rurali storici e la georeferenziazione (mappe Google My maps) (Ps1)
- Progetto a sostegno di fenomeni in evoluzione (es. Nuove frontiere diversificazione) (Ps1)

Study visit

- Study tour in Italia e in Europa per gli studenti universitari e degli Istituti Tecnici Agrari (Ps1)
- Study visit Agricoltura Sociale (Ps1)

Concorsi

- Concorso nuovi fattori di successo (Ps1)
- Call pubblica sul portale per la raccolta delle manifestazioni d'interesse (Ps1)



2. Sezioni

Sezione 2 - Attività e output chiave delle schede progetto

Priorità strategiche

3. Comunicazione coordinata sui Fondi europei per l'agricoltura in particolare il Feasr (comunicatori Fondi SIE)

Comunicazione integrata

Materiale informativo

- Schede sintetiche
- Reportistica e follow up riunioni

Kit di comunicazione

- Piano di comunicazione per il biennio 2019-20 (versione di sintesi)
- Requisiti principali per le attività di informazione e pubblicità
- Monitoraggio e valutazione della strategia

Consulenza online e telefonica

- Supporto continuativo ai beneficiari

Collaborazione con Reti di Comunicatori

- Collaborazione con Rete nazionale collaboratori Fondi Sie e partecipazione agli incontri
- Collaborazione con RRE e partecipazione agli incontri sul tema della comunicazione



2. Sezioni

Sezione 3 - Attività e output chiave del Bando di comunicazione³

Priorità strategiche

4. Visibilità del Feasr nella comunicazione istituzionale e con i media (società civile e moltiplicatori dell'informazione)



Comunicazione digitale

Sito web RRN www.reterurale.it

- Restyling grafico e di editing dei contenuti di alcune sezioni del portale, con una mappatura semplice e intuitiva
- Creazione di una versione semplificata in lingua inglese della homepage e relativo aggiornamento
- Realizzazione di un applicativo che consenta la navigazione tematica, a partire dalle esigenze specifiche delle diverse categorie di utenti
- Pubblicazione di un applicativo per la ricerca veloce dei documenti
- Realizzazione e pubblicazione di una “vetrina multimediale” per visualizzare i progetti e i relativi beneficiari
- Creazione di infografiche e video-infografiche sui risultati conseguiti attraverso i progetti della Rete Rurale, anche al fine di sensibilizzare i moltiplicatori dell'informazione
- Attivazione di una sezione specifica “Civil society update” dedicata alla divulgazione, con linguaggio semplice, delle opportunità/bandi Psr e dello stato di attuazione dei Psr e del Programma RRN
- Calendarizzazione degli eventi programmati a livello nazionale e regionale e promozione degli stessi

Social Network

- Definizione di una strategia di social media marketing e pubblicazione di un piano editoriale mirato ad ampliare il confronto e la condivisione delle informazioni, oltre che alla pubblicazione di ogni attività in chiave social
- Definizione di un set di hashtag condivisi da utilizzare per aumentare la visibilità delle notizie pubblicate sui diversi canali social
- Upload sul canale Youtube RRN di tutti i prodotti video e suddivisione in playlist tematiche
- Potenziamento dell'attività editoriale sulla pagina Facebook del programma e pianificazione di un calendario editoriale per divulgare le notizie sull'agricoltura e sul mondo rurale
- Realizzazione e diffusione attraverso i canali social di web serie in tema di sostenibilità dell'agricoltura, ambiente e alimentazione

Presidio di Media relation

- Presidio di media relation tradizionale e digitale, per ottimizzare la diffusione dei contenuti e dei risultati conseguiti attraverso il Programma
- Realizzazione di video pillole informative (filmato stile intervista, news, grafico, informativo, comparativo di serie di dati) da utilizzare insieme ai comunicati stampa e alle infografiche
- Supporto informativo all'ufficio stampa del Ministero, per lo svolgimento di Conferenze stampa sui temi connessi allo sviluppo rurale
- Pianificazione di momenti promozionali su quotidiani e periodici specializzati

³ Le attività afferenti al Bando Comunicazione saranno realizzate a partire dal 2020



Campagne di web marketing

- Campagne web “ombrello” e sui temi e le opportunità dello sviluppo rurale
- Report di analisi pre e post campagna



Comunicazione tradizionale

Conferenze

- Momenti di informazione su base territoriale, per favorire il dialogo tra gli addetti ai lavori e i beneficiari delle azioni, in merito all'utilizzo e attuazione dei Fondi, nonché alle opportunità che il Programma offre

Eventi straordinari

- Eventi di comunicazione di grande impatto mediatico, in concomitanza con l'avvio delle campagne di comunicazione

Eventi istituzionali

- Realizzazione di eventi annuali con focus specifico sui temi del Programma

Pubblicazioni e materiale promozionale

- Organizzazione e produzione di materiali informativi a supporto degli Eventi
- Pubblicazione periodica di report sullo stato di avanzamento del Programma e i principali risultati raggiunti
- Progettazione grafica, redazione, stampa e diffusione di materiali divulgativi (italiano e inglese) inclusa la realizzazione di gadget da utilizzare in occasione degli eventi

Spot TV e Radio

- Spot televisivi e radiofonici della durata di 30” in concomitanza con il lancio delle campagne di comunicazione per promuovere lo Sviluppo rurale del Paese Italia

Monitoraggio valutazione, incluso il monitoraggio civico

- Redazione di report di monitoraggio (in collaborazione con il valutatore del programma) sia per verificare il raggiungimento degli obiettivi di comunicazione sia per valutare il gradimento/impatto del programma e raccogliere dai beneficiari proposte migliorative
- Analisi di scenario campionaria, qualitativa e quantitativa, e pubblicazione dei relativi report



2. Sezioni

Sezione 3 - Attività e output chiave del Bando di comunicazione⁴

Priorità strategiche

5. Coinvolgimento di tutti i soggetti target con un ruolo attivo dei beneficiari nella comunicazione del Feasr (società civile e stakeholder dello sviluppo rurale)

Comunicazione integrata

Servizi Webinar (o simili) e gestione web meeting

- Animazione all'interno della Rete dei comunicatori e gestione di Servizi per consentire il coinvolgimento più ampio possibile dei beneficiari e della società civile
- Avvio e animazione della community online, per facilitare il dialogo e lo scambio di informazioni

Eventi itineranti (Road Show)

- Itinerari di comunicazione rappresentativi del Paese Italia (nord, centro, sud) per valorizzare i territori rurali, in presenza di influencer e/o beneficiari come ambasciatori

Partecipazione a manifestazioni o fiere

- Partecipazione diretta attraverso stand dedicato e corner informativo, con eventuali manifestazioni o workshop tematici

Infopoint sul Feasr

- Con il Supporto della Rete dei comunicatori, gli Sportelli online e fisici diventano punti di diffusione delle informazioni sul FEASR; nell'ottica di rispondere ai quesiti più frequenti e proporre moduli di partecipazione online

⁴ Le attività afferenti al Bando Comunicazione saranno realizzate a partire dal 2020



2. Sezioni

Sezione 4 - Keyword - Messaggi

- **Ruralità** percepita come risorsa ambientale, culturale, sociale, economica⁵, prodotta con il contributo di vari attori (in primis le aziende agricole) e utilizzata nel processo di creazione di valori per la collettività
- **Rete** intesa come aggregazione tra soggetti singoli, tra organismi associativi, tra istituzioni regionali, nazionali e sovranazionali ma anche come integrazione, scambio e partecipazione collettiva e inclusiva
- **Innovazione** come leva fondamentale per la competitività e sostenibilità del sistema agricolo, specie se associata al sistema della conoscenza
- **Giovani** come driver principali del cambiamento e protagonisti di un'agricoltura moderna, innovativa, competitiva, multifunzionale, rispettosa dell'ambiente e come tali destinatari di molte misure di sostegno agli investimenti in agricoltura

⁵ Molte risorse naturali hanno valore di bene pubblico generato dall'attività agricola "immateriale" (es. biodiversità agricola, qualità paesaggistica, cultura locale, ...)

3. Tavole

Legenda

Azioni RRN:

Azioni previste nel Programma RRN 2014-2020, Allegato III (cui si rimanda per cfr. Codici e Descrizioni)

PdC Obiettivi operativi:

Obiettivi specifici del Piano di Comunicazione 2019-20

Attività di comunicazione:

Distinzione della Comunicazione in digitale e tradizionale, a seconda dello strumento (Indicatore di output) attraverso cui viene realizzata

Indicatore di prodotto:

Si tratta dei due Indicatori di prodotto dello Sviluppo rurale, O.24 e O.25, previsti nel Reg. 808/2014, Allegato IV, ai quali sono ricondotti gli Indicatori specifici di Output del Programma RRN secondo la Tabella di concordanza definita dalla RRN

Indicatori di Output:

Indicatori specifici del Programma RRN 2014-2020, Allegato IV (cui si rimanda per maggior dettaglio)

Valore obiettivo:

Corrisponde al numero di output previsti nel Piano di azione biennale per la specifica azione di riferimento

N.B. L'“Indicatore di Output” “Attività di supporto e consulenza” non è stato considerato ai fini della presente ricognizione.

Tavola 1 – Gruppo target: società civile

1. COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE E SCAMBIO CONOSCENZE SULLA POLITICA DI SVILUPPO RURALE						
AZIONI	OBIETTIVI OPERATIVI	ATTIVITÀ	INDICATORE DI PRODOTTO	INDICATORI DI OUTPUT	VALORE OBIETTIVO ⁶	
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	1	
				Strumenti multimediali	1	
		Comunicazione tradizionale	N. Strumenti di Comunicazione	N. Scambi tematici/analitici con il sostegno della RRN	Progetto ad hoc	5
					Publicazioni/Materiale promozionale	9
				Workshop/Focus Group	2	
				Seminari/Convegni/Videoconferenza	4	
	Documenti	3				
	B. Ottimizzare la raccolta e la valorizzazione delle buone pratiche	Comunicazione digitale	N. Strumenti di Comunicazione	Strumenti multimediali	1	
				Database	1	
				Linee guida	1	
Convegno/Seminario/Videoconferenza				2		
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	1	
				Strumenti multimediali	3	
				Banca dati	1	
				Study visit	1	
		Comunicazione digitale	N. Strumenti di Comunicazione	Publicazioni	2	
				Bando/Premio/Concorso	1	
				Workshop/Focus Group	3	
				Documenti	2	
3.2.2 Creazione di occasioni di confronto per la partecipazione attiva alla definizione delle politiche di SR, 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	Piattaforma online	1	
				Workshop/Focus Group	4	

⁶ Il valore indicato si riferisce al numero minimo di output previsti

Tavola 2 – Gruppo target: stakeholder

2. PARTECIPAZIONE DEI PORTATORI D'INTERESSE ALL'ATTUAZIONE DELLO SVILUPPO RURALE					
AZIONI	OBIETTIVI OPERATIVI	ATTIVITÀ	INDICATORE DI PRODOTTO	INDICATORI DI OUTPUT	VALORE OBIETTIVO
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 online	2
			N. Strumenti di comunicazione	Strumento multimediale	1
			N. Strumenti di comunicazione	Database	2
		Comunicazione tradizionale	N. Strumenti di comunicazione	Convegni/Seminari/Videoconferenza	8
				Workshop/Focus Group	2
			N. di scambi tematici e analitici istituiti con il sostegno della RRN	Progetto ad hoc	3
2.1.1 Networking	F. Favorire il networking e lo scambio di esperienze	Comunicazione tradizionale	N. Strumenti di comunicazione	Convegni/Seminari/Videoconferenza	9
				Workshop/Focus Group	2
			N. di scambi tematici e analitici istituiti con il sostegno della RRN	Progetto ad hoc	2
				Study visit	2

Tavola 3 – Gruppo target: comunicatori Fondi SIE



3. COMUNICAZIONE COORDINATA SUI FONDI EUROPEI PER L'AGRICOLTURA IN PARTICOLARE IL FEASR					
AZIONI	OBIETTIVI OPERATIVI	ATTIVITÀ	INDICATORE DI PRODOTTO	INDICATORI DI OUTPUT	VALORE OBIETTIVO
5.1.2 Piano di Comunicazione della Rete e pubblicità degli interventi	G. Attività di comunicazione sugli obiettivi del Programma Rete Rurale e sugli interventi da esso finanziati	Comunicazione digitale	N. Strumenti di comunicazione	Piattaforma online	1
				Database	1
	H. Predisposizione e realizzazione del Piano di Comunicazione della Rete Rurale Nazionale	Comunicazione tradizionale	N. Strumenti di comunicazione	Documenti di analisi	1
				Convegni/Seminari/ Videoconferenza	3
				Materiale promozionale/ pubblicazioni	N ⁷

⁷Trattandosi di materiale a supporto dei Convegni, il numero di prodotti da realizzare sarà stabilito sulla base delle specifiche esigenze

Tavola 4 – Gruppo target: moltiplicatori d'informazione

4. VISIBILITÀ DEL FEASR NELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E CON I MEDIA					
AZIONI	OBIETTIVI OPERATIVI	ATTIVITÀ	INDICATORE DI PRODOTTO	INDICATORI DI OUTPUT	VALORE OBIETTIVO ⁸
5.1.2 Piano di Comunicazione della Rete e pubblicità degli interventi	I. Creazione nuova identità visiva della RRN	Comunicazione online	N. Strumenti di comunicazione	Piattaforma online - sito web - canali Social	
	L. Pianificazione di progetti speciali da attuare con media e influencer	Comunicazione integrata - presidio di media relation	N. Scambi tematici/ analitici con il sostegno della RRN	Progetti ad hoc - accordi editoriali - Inserzioni sui quotidiani	
			N. Strumenti di comunicazione	Strumenti multimediali - spot Radio e TV	
M. Conoscenza dei progetti finanziati dal FEASR e del loro impatto sulla vita dei cittadini	Comunicazione integrata	N. Strumenti di comunicazione	Conferenze Pubblicazioni e materiale promozionale Progetti ad hoc - eventi spettacolo - campagna web marketing		

⁸ Il presente documento non contiene la valorizzazione degli indicatori di output, in quanto è in corso la procedura per l'affidamento del Servizio di Comunicazione, pubblicità e informazione del Programma Rete Rurale Nazionale (RRN)

Tavola 5 – Gruppo target: società civile e stakeholder dello sviluppo rurale



5. COINVOLGIMENTO DI TUTTI I SOGGETTI TARGET ASSEGNANDO AI BENEFICIARI UN RUOLO ATTIVO NELLA COMUNICAZIONE DEL FEASR

AZIONI	OBIETTIVI OPERATIVI	ATTIVITÀ	INDICATORE DI PRODOTTO	INDICATORI DI OUTPUT	VALORE OBIETTIVO
5.1.2 Piano di Comunicazione della Rete e pubblicità degli interventi	N. Integrazione tra le azioni di comunicazione dei Psr per rafforzare la comunicazione verso gli stakeholder e la società civile	Comunicazione online	N. Strumenti di comunicazione	Piattaforma online - servizi Webinar Conferenze online - web meeting	
3.2.2 Creazione di occasioni di confronto per la partecipazione attiva alla definizione delle politiche di SR	O. Attivare il coinvolgimento civico e il dialogo aperto su risultati e priorità dello sviluppo rurale	Comunicazione tradizionale	N. Scambi tematici/analitici con il sostegno della RRN	Progetti ad hoc - road Show	
			N. Strumenti di comunicazione	Workshop/Focus group	



3. Appendice

Informazione e pubblicità - Legislazione 2014-20

Regolamento UE n. 1305/2013

TITOLO VI

Gestione, controllo e pubblicità

Articolo 66

Autorità di gestione

1. L'autorità di gestione è responsabile dell'efficace, efficiente e corretta gestione e attuazione del programma e, a tal fine, provvede in particolare:
 - i) a dare pubblicità al programma, tra l'altro attraverso la rete rurale nazionale, informando i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche e sociali, gli organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e le organizzazioni non governative circa le possibilità offerte dal programma e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti, nonché informando i beneficiari dei contributi dell'Unione e il pubblico in generale sul ruolo svolto dall'Unione nell'attuazione del programma.

Regolamento di esecuzione UE n. 808/2014

(versione consolidata, ai sensi delle modifiche apportate dal Reg. UE 669/2016)

Articolo 13

Informazione e pubblicità

1. L'autorità di gestione presenta una strategia di informazione e pubblicità nonché le relative modifiche al comitato di sorveglianza per l'informazione. La strategia è presentata non oltre sei mesi dopo l'adozione del programma di sviluppo rurale. L'autorità di gestione informa il comitato di sorveglianza almeno una volta all'anno in merito ai progressi compiuti nell'attuazione della strategia di informazione e pubblicità e in merito all'analisi dei risultati, nonché in merito alle azioni di informazione e pubblicità da realizzare nel corso dell'anno successivo.
2. Le norme particolareggiate relative alle responsabilità dell'autorità di gestione e dei beneficiari in materia di informazione e pubblicità sono definite nell'allegato III.



ALLEGATO III
Informazione e pubblicità di cui all'articolo 13

PARTE 1
Azioni informative e pubblicitarie

1. Responsabilità dell'autorità di gestione

1.1. Strategia di informazione e pubblicità

L'autorità di gestione provvede affinché le azioni informative e pubblicitarie siano realizzate conformemente alla propria strategia di informazione e pubblicità, che contiene almeno i seguenti elementi:

- a) gli obiettivi della strategia e il pubblico a cui è destinata;
- b) una descrizione del contenuto delle azioni informative e pubblicitarie;
- c) il bilancio indicativo della strategia;
- d) una descrizione degli organismi amministrativi, tra cui le risorse umane, responsabili dell'attuazione delle azioni informative e pubblicitarie;
- e) una descrizione del ruolo svolto dalla RRN e di come il suo piano di comunicazione, di cui all'articolo 54, paragrafo 3, punto vi), del regolamento (UE) n. 1305/2013, contribuirà all'attuazione della strategia;
- f) un'indicazione di come le azioni informative e pubblicitarie saranno valutate in termini di visibilità del quadro strategico, dei programmi e delle operazioni, nonché del ruolo svolto dal FEASR e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti;
- g) un aggiornamento annuale che riporti le attività informative e pubblicitarie da svolgere nell'anno successivo.

1.2. Informazioni per i potenziali beneficiari

L'autorità di gestione garantisce che i potenziali beneficiari abbiano accesso alle informazioni pertinenti, comprese informazioni aggiornate, se necessario, tenendo conto dell'accessibilità di servizi elettronici o altre tipologie di comunicazioni, per taluni potenziali beneficiari, almeno sui seguenti punti:

- a) le opportunità di finanziamento e gli inviti a presentare proposte nell'ambito del PSR;
- b) le procedure amministrative da seguire per poter beneficiare del finanziamento nell'ambito di un programma di sviluppo rurale;
- c) le procedure di esame delle domande di finanziamento;



- d) le condizioni di ammissibilità e/o i criteri di selezione e valutazione dei progetti sovvenzionabili;
- e) l'indicazione delle persone o dei contatti a livello nazionale, regionale o locale in grado di spiegare il funzionamento del PSR e i criteri per la selezione e la valutazione delle operazioni;
- f) la responsabilità dei beneficiari di informare il pubblico circa le finalità dell'intervento e il sostegno del FEASR al funzionamento conformemente al punto 2 della parte 1. L'autorità di gestione può chiedere ai potenziali beneficiari di proporre nelle domande attività di comunicazione indicative, commisurate alla dimensione degli interventi;
- g) le procedure per l'esame dei reclami a norma dell'articolo 74, paragrafo 3, del regolamento (UE) n. 1303/2013.

1.3. Informazione del pubblico

L'autorità di gestione informa il pubblico sul contenuto del PSR, sulla sua adozione da parte della Commissione e sui suoi aggiornamenti, sui principali risultati conseguiti nell'attuazione del programma e sulla sua chiusura, nonché sul contributo al conseguimento delle priorità dell'Unione stabilite nell'accordo di partenariato.

L'autorità di gestione garantisce la creazione di un sito web unico o di un portale web unico che fornisca le informazioni di cui punti 1.1 e 1.2 e al primo capoverso del presente punto. La costituzione di un sito web unico non deve interferire con l'agevole attuazione del FEASR e non deve limitare l'accesso alle informazioni dei potenziali beneficiari e delle parti interessate. Le misure di informazione rivolte al pubblico comprendono gli elementi di cui alla parte 2, punto 1⁹.

1.4. Partecipazione di organismi che fungono da collegamento

L'autorità di gestione garantisce, in particolare attraverso la RRN, che gli organismi che possono fungere da collegamento siano coinvolti nelle azioni di informazione destinate ai potenziali beneficiari, in particolare:

- a) i partner di cui all'articolo 5 del regolamento (UE) n. 1303/2013;
- b) i centri di informazione sull'Europa, nonché gli uffici di rappresentanza della Commissione e gli uffici di informazione del Parlamento europeo negli Stati membri;
- c) gli istituti di istruzione e di ricerca.

1.5. Notifica dell'attribuzione di un aiuto

L'autorità di gestione provvede a informare i beneficiari a cui notifica l'attribuzione dell'aiuto che l'azione fa parte di un programma cofinanziato dal FEASR e precisa loro la misura e la priorità del relativo programma di sviluppo rurale.

⁹ Come già previsto dal Reg. 1303/2013, allegato XII punto 2, e ribadito all'art. 41 del CPR per il 2021 ogni Stato Membro dovrà dare comunicazione ai cittadini tramite il portale web unico sui risultati raggiunti e su tutti i programmi dello Stato Membro



2. Responsabilità dei beneficiari

2.1. Tutte le azioni di informazione e di comunicazione a cura del beneficiario devono fare riferimento al sostegno del FEASR all'operazione riportando:

- a) l'emblema dell'Unione;
- b) un riferimento al sostegno da parte del FEASR. Nel caso di un'azione informativa o pubblicitaria collegata a un'operazione o a diverse operazioni cofinanziate da più di un Fondo, il riferimento di cui alla lettera b) può essere sostituito da un riferimento ai fondi SIE.

2.2. Durante l'attuazione di un'operazione, il beneficiario informa il pubblico sul sostegno ottenuto dal FEASR:

- a) fornendo, sul sito web per uso professionale del beneficiario, ove questo esista, una breve descrizione dell'operazione che consenta di evidenziare il nesso tra l'obiettivo del sito web e il sostegno di cui beneficia l'operazione, in proporzione al livello del sostegno, compresi finalità e risultati, ed evidenziando il sostegno finanziario ricevuto dall'Unione;
- b) collocando, per le operazioni che non rientrano nell'ambito della lettera c) che beneficiano di un sostegno pubblico totale superiore a 50 000 EUR, almeno un poster (formato minimo A3) o una targa con informazioni sul progetto, che evidenzino il sostegno finanziario dell'Unione, in un luogo facilmente visibile al pubblico. Gli Stati membri possono tuttavia decidere che tale obbligo non si applichi, o che la soglia venga aumentata, per le operazioni di cui all'articolo 21, paragrafo 1, lettere a) e b) (con riguardo alle perdite di reddito e ai costi di manutenzione) e agli articoli da 28 a 31, 33, 34 e 40 del regolamento (UE) n. 1305/2013. Gli Stati membri possono altresì decidere che tale obbligo non si applichi, o che la soglia venga aumentata, per altre operazioni che non comportano un investimento nel caso in cui, a causa della natura delle operazioni finanziate, non sia possibile individuare una sede idonea per il poster o la targa. Una targa informativa deve essere affissa presso le sedi dei gruppi di azione locale finanziati da Leader;
- c) esponendo, in un luogo facilmente visibile al pubblico, un cartellone temporaneo di dimensioni rilevanti per ogni operazione che consista nel finanziamento di infrastrutture o di operazioni di costruzione per le quali il sostegno pubblico complessivo supera 500 000 EUR.

Entro tre mesi dal completamento di un'operazione, il beneficiario espone una targa permanente o un cartellone pubblicitario di notevoli dimensioni in un luogo facilmente visibile al pubblico per ogni operazione che soddisfi i seguenti criteri:

- i) il sostegno pubblico complessivo per l'intervento supera 500 000 EUR;
- ii) l'operazione consiste nell'acquisto di un oggetto fisico o nel finanziamento di un'infrastruttura o di operazioni di costruzione.

Il cartellone indica il nome e il principale obiettivo dell'operazione e mette in evidenza il sostegno finanziario dell'Unione. I cartelloni, i poster, le targhe e i siti web recano una descrizione del progetto/dell'intervento e gli elementi di cui alla parte 2, punto 1. Queste informazioni occupano almeno il 25 % dello spazio del cartellone, della targa o della pagina web.



PARTE 2

Caratteristiche tecniche delle azioni informative e pubblicitarie

1. Logo e slogan

Ogni azione informativa e pubblicitaria presenta i seguenti elementi:

- a) l'emblema dell'Unione conforme agli standard grafici quali presentati sul sito http://europa.eu/abc/symbols/emblem/download_en.htm, unitamente alla seguente indicazione del ruolo dell'Unione: «Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali»;
- b) per le misure e gli interventi finanziati da Leader, il logo di Leader:

++ Logo di Leader ++

2. Materiale di informazione e comunicazione

Le pubblicazioni (opuscoli, pieghevoli, bollettini ecc.) e i poster concernenti le misure e gli interventi cofinanziati dal FEASR devono recare, sul frontespizio, una chiara indicazione della partecipazione dell'Unione nonché, qualora vi figurino anche un emblema nazionale o regionale, l'emblema dell'Unione. Le pubblicazioni devono inoltre menzionare l'organismo responsabile dell'informazione e l'autorità di gestione designata per l'esecuzione dell'aiuto del FEASR e/o nazionale in questione.

I criteri di cui al precedente paragrafo si applicano, per analogia, anche al materiale comunicato per via elettronica (sito web, banca di dati ad uso dei potenziali beneficiari) e al materiale audiovisivo.

I siti web relativi al FEASR devono:

- a) menzionare il contributo del FEASR almeno nella pagina iniziale;
- b) recare un link al sito web della Commissione dedicato al FEASR.



Informazione e pubblicità FEASR per la Rete Rurale Nazionale

In grassetto gli articoli che completano il quadro di riferimento normativo dell'informazione e della pubblicità del Programma Rete Rurale Nazionale.

- Reg. UE 1305 Art 66 "Autorità di gestione", comma 1, lettera i) **Reg. UE 1305 Art 54 "Rete rurale nazionale", comma 2, c**
- **Reg. UE 1305 Art 54 "Rete rurale nazionale", comma 3, b, lettera vi)**
- **Reg. esecuzione UE 808 Art. 12 "Rete rurale nazionale"**
- Reg. esecuzione UE 808 Art. 13 "Informazione e pubblicità"
- Reg. esecuzione UE 808 Allegato III

Regolamento UE n. 1305/2013

TITOLO III
Sostegno allo sviluppo rurale

CAPO III
Assistenza tecnica e reti

Articolo 54
Rete rurale nazionale

1. Ogni Stato membro istituisce una rete rurale nazionale che riunisce le organizzazioni e amministrazioni impegnate nello sviluppo rurale. Fa parte della rete rurale nazionale anche il partenariato di cui all'articolo 5 del regolamento (UE) n. 1303/2013.

Gli Stati membri con programmi regionali possono presentare per approvazione un programma specifico per la costituzione e il funzionamento della loro rete rurale nazionale.

2. Il collegamento in rete attraverso la rete rurale nazionale persegue le seguenti finalità:



- a) stimolare la partecipazione dei portatori d'interesse all'attuazione dello sviluppo rurale;
 - b) migliorare la qualità dell'attuazione dei programmi di sviluppo rurale;
 - c) **informare il pubblico e i potenziali beneficiari sulla politica di sviluppo rurale e su eventuali possibilità di finanziamento;**
 - d) promuovere l'innovazione nel settore agricolo, nella produzione alimentare, nella silvicoltura e nelle zone rurali.
3. Il sostegno del FEASR di cui all'articolo 51, paragrafo 3, è utilizzato:
- a) per le strutture necessarie al funzionamento della rete;
 - b) per l'elaborazione e l'attuazione di un **piano d'azione** che copra almeno:
 - i. le attività riguardanti la raccolta di esempi di progetti comprendenti tutte le priorità dei programmi di sviluppo rurale;
 - ii. le attività riguardanti la promozione di scambi tematici ed analitici tra portatori d'interesse in materia di sviluppo rurale, condivisione e diffusione dei risultati;
 - iii. le attività riguardanti le attività di formazione e in rete per i gruppi di azione locale e in particolare assistenza tecnica alla cooperazione interterritoriale e transnazionale, promozione della cooperazione tra gruppi di azione locale e ricerca di partner per la misura di cui all'articolo 35;
 - iv. le attività in rete destinate ai consulenti e ai servizi di sostegno all'innovazione;
 - v. le attività riguardanti la condivisione e la diffusione di risultati del monitoraggio e della valutazione;
 - vi. **un piano di comunicazione comprendente pubblicità e informazione sul programma di sviluppo rurale di concerto con le autorità di gestione, nonché attività di informazione e comunicazione destinate al grande pubblico;**
 - vii. le attività riguardanti la partecipazione e il contributo alle attività della Rete europea per lo sviluppo rurale.
4. La Commissione adotta atti di esecuzione che stabiliscono disposizioni relative all'istituzione e al funzionamento delle reti rurali nazionali e il contenuto dei programmi specifici di cui al paragrafo 1. Tali atti di esecuzione sono adottati secondo la procedura d'esame di cui all'articolo 84.



Regolamento di esecuzione UE n. 808/2014
(versione consolidata, ai sensi delle modifiche apportate dal Reg. UE 669/2016)

Articolo 12
Rete rurale nazionale

1. Gli Stati membri provvedono all'istituzione e al funzionamento della rete rurale nazionale di cui all'articolo 54 del regolamento (UE) n. 1305/2013 e all'avvio del suo piano d'azione al massimo 12 mesi dopo l'approvazione, da parte della Commissione, del programma di sviluppo rurale o dal programma specifico per la costituzione e il funzionamento della rete rurale nazionale, a seconda dei casi.
2. La struttura necessaria al funzionamento della rete rurale nazionale è istituita all'interno delle autorità nazionali o regionali competenti o al loro esterno, mediante selezione tramite invito a presentare proposte, o attraverso una combinazione di entrambe le modalità. Tale struttura deve essere in grado di svolgere almeno le attività di cui all'articolo 54, paragrafo 3, lettera b), del regolamento (UE) n. 1305/2013.
3. Qualora uno Stato membro abbia optato per un programma specifico per la costituzione e il funzionamento della rete rurale nazionale, tale programma comprende gli elementi di cui all'allegato I, parte 3, del presente regolamento.



Rete Rurale Nazionale

Autorità di gestione:

Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo
Via XX Settembre, 20 Roma

www.reterurale.it/PdC
reterurale@politicheagricole.gov.it
@reterurale
www.facebook.com/reterurale

RETERURALE
NAZIONALE
20142020

mipaft
ministero delle politiche agricole
alimentari, forestali e del turismo

