



Piano di comunicazione digitale

GENNAIO 2021





AUTOFEED

AUTOFEED - il progetto

Autofeed è progetto triennale di ricerca che Crea sta portando avanti insieme alla Fondazione CRPA e che coinvolge a livello sperimentale 5 allevamenti lombardi.

Obiettivo principale del progetto Autofeed è **introdurre l'automazione** (parziale o totale) dell'alimentazione basata sul piatto unico (unifeed) negli allevamenti bovini sia da latte sia da carne.



AUTOFEED - processo

AUTOFEED, intende approfondire diversi aspetti dell'automazione dell'alimentazione negli allevamenti bovini affrontando con gradualità crescenti, aspetti tecnologici complementari:

- **Controllo della variabilità della componente foraggera** (in campo, in azienda, in mangiatoia)
- **Gestione con tecnologie innovative optoelettroniche dei trattamenti fisico-meccanici di trincia-miscelazione**
- **Gestione della mangiatoia**
- **Automazione della preparazione e distribuzione dell'unifeed**

AUTOFEED – fasi (sottoprogetti)

Coordinamento



Innovazione

- Indagine conoscitiva ed aggiornata dei sistemi AFS in Italia;
- Introduzione di sistemi optoelettronici per la valutazione del processo di razionamento;
- Uso di spingiforaggio automatici;
- Analisi tecnica e strutturale di sistemi totalmente automatici per l'unifeed

Diffusione

Fornire agli allevatori lombardi e non una panoramica aggiornata sulle potenzialità dei sistemi proposti



COMUNICAZIONE

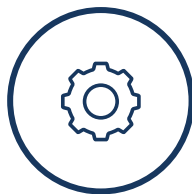
Obiettivi di comunicazione

L'attività di comunicazione digitale avviata a partire dal dicembre 2020 ha l'obiettivo di supportare lo sviluppo del progetto AUTOFEED, contribuendo in particolare a:



Diffondere la **conoscenza** dei sistemi di automazione dell'alimentazione dei bovini

CHE COSA



Illustrare concretamente il **funzionamento** e le **possibilità di applicazione** di questi sistemi

COME



Promuovere **maggiore consapevolezza** circa i **benefici** che tali sistemi possono offrire

PERCHÉ

Destinatari della comunicazione

L'attività di comunicazione digitale si rivolge principalmente alle imprese del settore primario lombardo, in particolare della filiera zootecnica della regione che, per quanto riguarda l'allevamento dei bovini, risulta la prima in Italia per numero di allevamenti e di capi.



Lombardia



Imprese
zootecniche



Istituzioni,
associazioni di
settore

Strategia di comunicazione

Il progetto AUTOFEED sarà raccontato attraverso la creazione di una serie di contenuti informativi e di approfondimento, che saranno veicolati al pubblico di riferimento attraverso i canali digitali di riferimento:

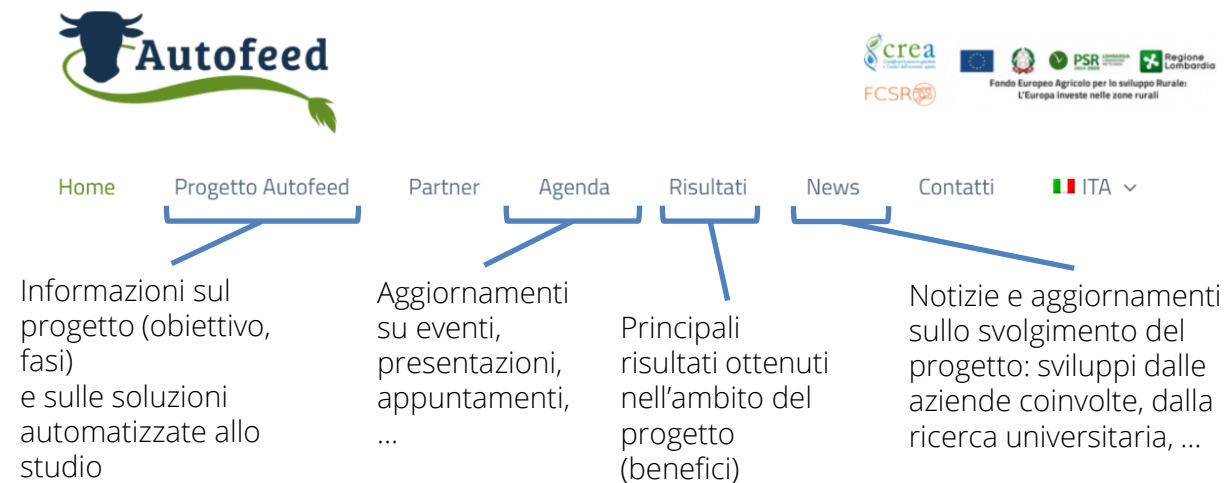


Sito Web



Il sito web AUTOFEED, rilasciato in una prima versione a dicembre 2020 e in versione completa a gennaio 2021, è l'hub principale delle informazioni e delle notizie riguardanti il progetto.

Le sezioni *Progetto Autofeed*, *Agenda*, *Obiettivi e Risultati* e *News* saranno aggiornate periodicamente con nuovi contenuti:



Creazione contenuti – flusso di lavoro



L'elaborazione di contenuti richiederà un coordinamento a monte tra CREA e Panoramic, per quanto riguarda la programmazione editoriale e la raccolta delle fonti.



Newsletter



Tramite una newsletter mensile/bimestrale, i pubblici di riferimento saranno informati sullo sviluppo del progetto e invitati ad approfondire i contenuti e le news pubblicate sul sito web.

Il formato sarà quello di una mail (html) con un breve elenco di news (titolo, breve abstract + immagine) con link alla pagina corrispondente sul sito web.

La newsletter sarà inviata a un elenco di destinatari (lista contatti) che sarà costruita e ampliata durante lo svolgimento del progetto:

- Imprese zootecniche in Lombardia
- Istituzioni regionali e locali di settore
- Altri enti del settore (associazioni, organizzazioni, consorzi)

Social media



A breve saranno aperti i canali social di Autofeed, attraverso i quali saranno veicolati e distribuiti i contenuti sul progetto che verranno pubblicati sul sito web. In base a un'analisi dei pubblici di riferimento, si propone l'apertura di pagine dedicate sui seguenti canali:



Facebook: principale canale per la distribuzione di news e contenuti.
Obiettivo principale – *Awareness + Engagement*
utenti con interessi verso i settori agricolo/allevamento/lattiero-caseario in Lombardia



LinkedIn: canale «istituzionale» dedicato alla condivisione di contenuti e news rilevanti / di interesse per i professionisti del settore
Obiettivo principale - *Awareness*
utenti impiegati nei settori agricolo/allevamento/lattiero-caseario in Lombardia

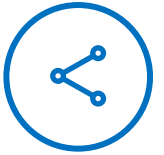


Instagram: Canale di distribuzione materiale iconografico: foto, immagini, video
Obiettivo principale – *Engagement*
utenti con interessi verso i settori agricolo/allevamento/lattiero-caseario in Lombardia



YouTube:
Vetrina e repository contenuti video.

Social media (2)



Facebook:

Apertura canale: gennaio 2021

Frequenza pubblicazioni: 1/2 post settimanali

Piano editoriale: mensile



LinkedIn:

Apertura canale: gennaio 2021

Frequenza post: 1/2 post bisettimanali

Piano editoriale: mensile



Instagram:

Apertura canale prevista: marzo 2021

(verifica disponibilità e qualità materiale fotografico e video)

Piano editoriale: mensile

Reportistica:

Ogni bimestre sarà condiviso un report sull'andamento dei canali con analisi dei principali KPI:

- Impression
- Engagement
- Crescita fanbase