

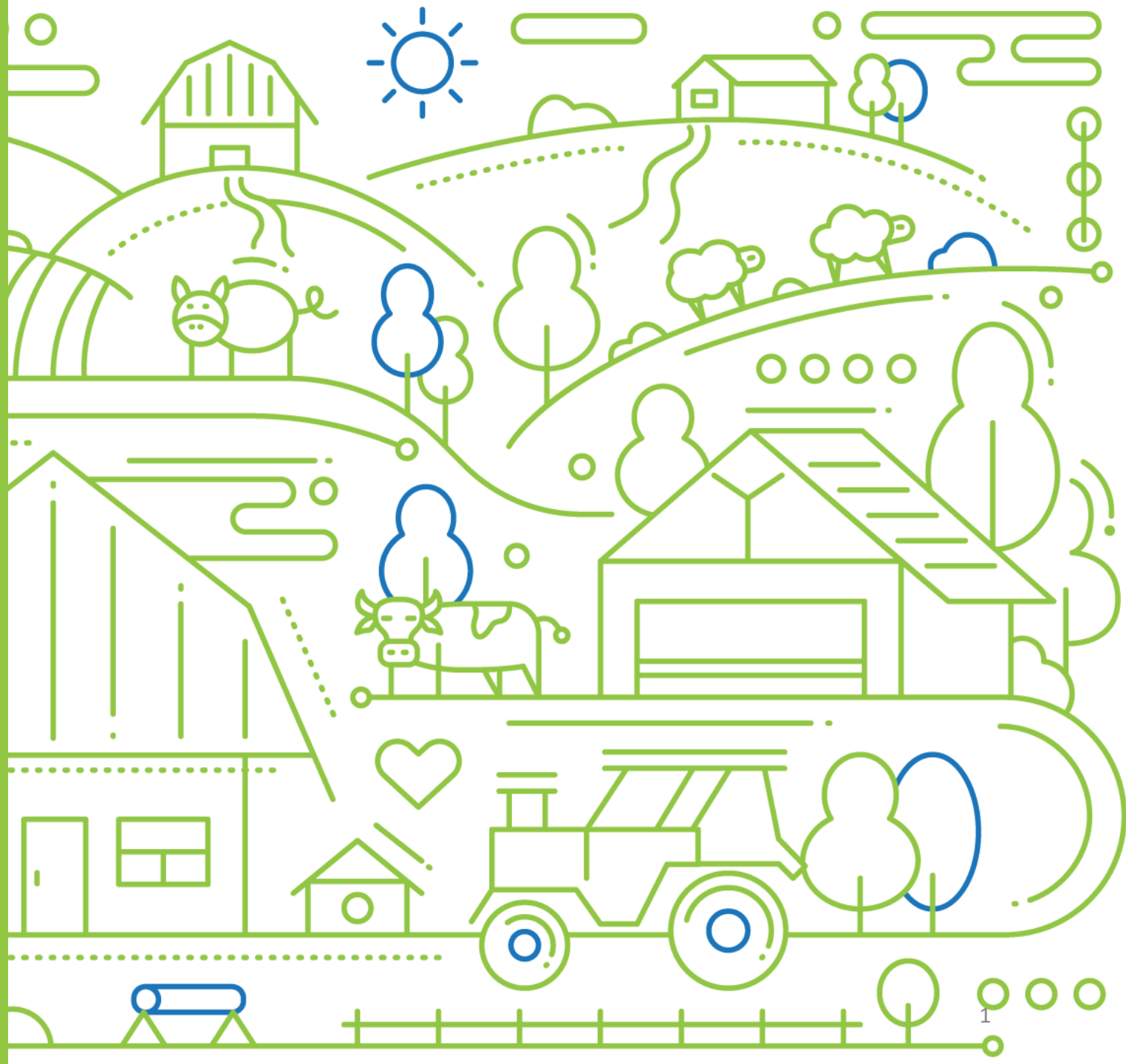


КОМУНИКАЦИОНА СТРАТЕГИЈА

август 2022 – децембар 2024.

Пројекат конкурентне
пољопривреде Србије

Пројекат реализује
Министарство пољопривреде,
шумарства и водопривреде уз
подршку Светске банке





САДРЖАЈ

Разумевање:

Истраживања и анализе

5-22

Дефинисање:

Стратешки правац

23-31

Реализација:

Тактичка имплементација

32-50

Timeline

51-52

Преглед медијске сцене
у Србији

53-73

О ПРОЈЕКТУ

У сарадњи са Светском банком, Министарство пољопривреде, водопривреде и шумарства је 2020. године започело реализацију **Пројекта конкурентне пољопривреде Србије** који ће трајати до 2024. године.

Вредност пројекта је **50 милиона долара**, а пољопривредницима је на располагању 38 милиона долара кроз грантове који омогућавају корисницима (микро, малим и средњим произвођачима и предузећима) добијање средстава за реализацију пројекта којим ће унапредити пољопривредну производњу газдинстава и учествовати у **развоју конкурентности пољопривреде у Србији**.

Нов модел финансирања, познат као **50:40:10**, подразумева добијање бесповратних средстава у износу од 50 одсто вредности инвестиције и 40 одсто кредитног финансирања уз свега 10 одсто сопственог учешћа.

Циљ је оснаживање микро, малих и средњих пољопривредних произвођача и предузећа, а фокус је на **рањивим групама** у пољопривредном сектору у Србији, као што су **жене, млади и произвођачи у угроженим подручјима**.



УВОД

Како би креирала годишњу комуникациону стратегију за **Пројекат конкурентне пољопривреде**, агенција је анализирала окружење и најважније чиниоце који одређују друштвени и пословни контекст, досадашњу комуникацију самог пројекта, као и тенденције које ће утицати на тржиште у наредном периоду.

При изради стратегије, агенција је користила податке из расположивих истраживања и публикација, а спровела је и анкетирање новинара и уредника најрелевантнијих медија у Србији и тиме обезбедила увид у њихове ставове и препоруке.

Комуникациона стратегија дефинише тренутно стање, циљеве комуникације, као и предлог конкретних активности како би се они остварили.

Сви изнети закључци и препоруке чине окосницу праваца комуникације до краја његовог трајања, са циљем обезбеђивања веће видљивости пројекта и преношења кључних порука циљним групама.

РАЗУМЕВАЊЕ

Истраживања и анализе



ИЗАЗОВИ У 2021. И 2022. ГОДИНИ

Избори за Народну Скупштину, за Београд и за председника Републике, рат у Украјини и инфлација обележили су прву половину 2022. године.

Влада Србије формирана је у комплексним геополитичким околностима. Нова министарка пољопривреде је Јелена Танасковић.

Рат у Украјини још траје, као и глобална **криза са храном и енергентима**, а стручњаци упозоравају на глобалну рецесију.

Незадовољство пољопривредних произвођача је кулминирало почетком августа када су пољопривредници свакодневно **блокирали** више градова у Србији.

Индустрија пољопривредних машина суочава се са растом цена делова посебно услед отежане дистрибуције и производње делова (микрочипова). На светском тржишту већ неко време траје несташица микрочипова која је почела због прекида у раду фабрике чипова због пандемије, а сада је додатно отежана ескалацијом сукоба у Украјини. Све то утиче на поскупљење механизације.

Услед актуелног стања на енергетском тржишту, **пољопривредни произвођачи ове године добили су дупло већи износ новчане помоћи** – поред уобичајене субвенције, 313.000 газдинстава добило је 125 милиона евра помоћи, што је увећало подршку за 100 одсто.

Агресија на Украјину утицала је и на пољопривреду Србије – наша земља прави залихе, замрзава цене и уводи трговинске рестрикције.





ПОЉОПРИВРЕДА У СРБИЈИ



КРАТАК ПОРТРЕТ

- Релативно високо учешће у БДП и укупној запослености, чине овај сектор важним за српску привреду.
- Данас у Србији постоји око 550 хиљада фарми од чега се највећи део висококвалитетног земљишта налази у Војводини.
- Број запослених у пољопривреди и прехранбеној индустрији се повећао, као и учешће у укупној запослености.
- Спољнотрговинска размена пољопривреде и прехранбене индустрије Србије већа је током девет месеци 2021. за 14,5 одсто у односу на исти период 2020.
- Последњих година све је више младих и жена који почињу да се баве пољопривредом, па она више није резервисана за старију популацију.



ПОЉОПРИВРЕДА У БРОЈКАМА

569.310 је број газдинстава
у Републици Србији, 2018.

4,5 ha

је просечна величина ораница и
башта по газдинству

Средњобанатска област предњачи
са 14,7 ha по газдинству

217.682 газдинства

Користе до 2 ha пољопривредног земљишта

8 од 10 газдинства

се бави узгојем стоке

3.476.788 ha

је површина коришћеног
пољопривредног земљишта
газдинства

Највећи раст је забележен је
у јужној и источној Србији

Просечна старост носиоца
газдинства

је **61 година**

Сваки 14. носилац газдинства млађи је

од **40 година**

Највише младих носилаца газдинстава, **14.138,**
је у Шумадији и западној Србији



СЛИКА ПОЉОПРИВРЕДНИКА

Смањење руралне популације

Највећи пад забележен је у јужној и источној Србији

Неповољна старосна структура популације

У наредних 15 година ће нестати свако четврто село у Србији

Развијени само велики произвођач

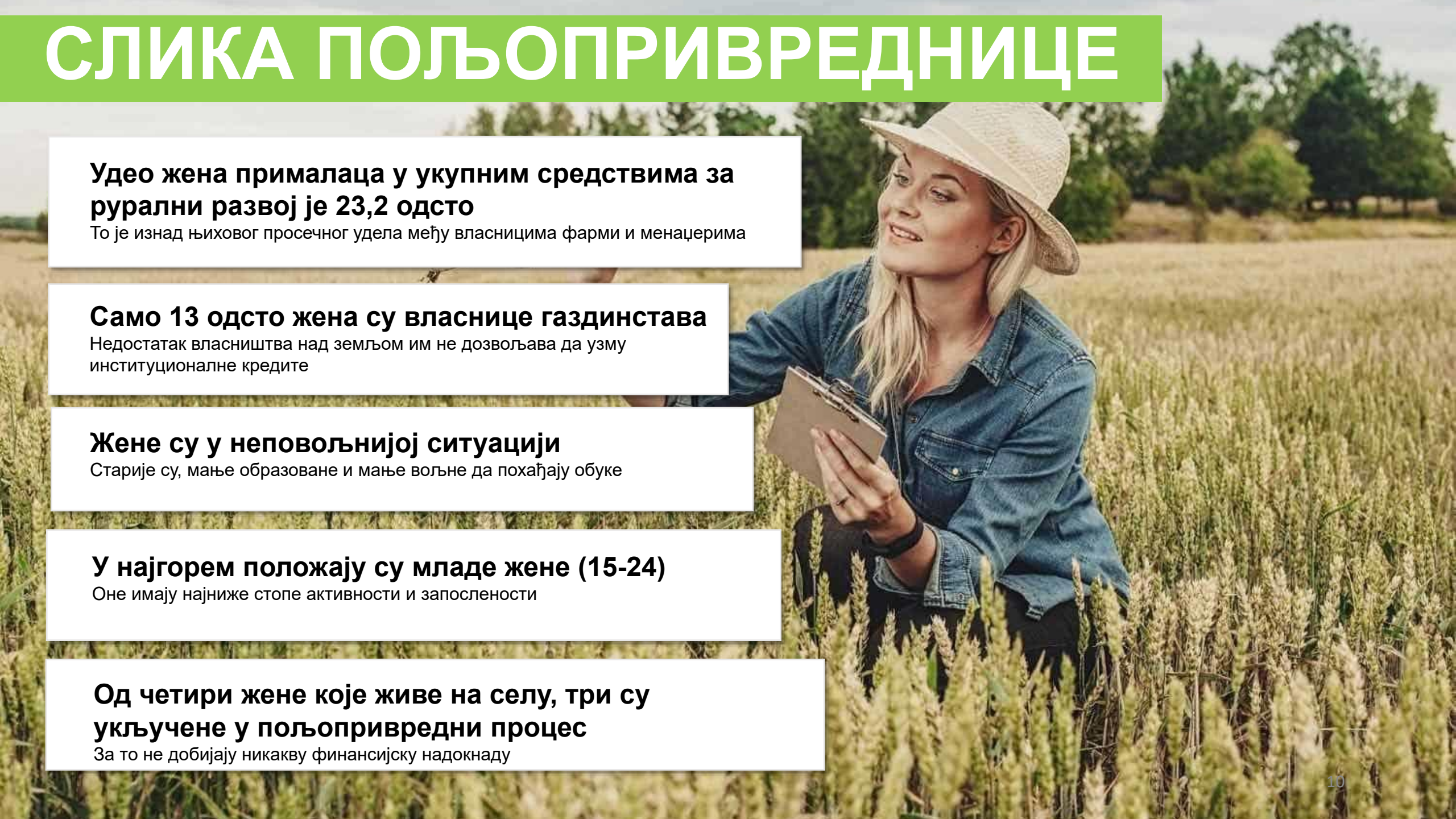
Док се мали баве пољопривредом тек да би преживели

Највећи проблем индустрије: застарела технологија, недовољна примена иновација и ниски подстицаји

Највећи проценат фармера нема више или високо образовање

Већина има искуство стечено праксом - 45,2 одсто има средњу школу, свега шест одсто вишу школу или факултет, а 0,2 одсто има само пољопривредни курс

СЛИКА ПОЉОПРИВРЕДНИЦЕ

A woman with blonde hair, wearing a straw hat and a denim shirt, is standing in a field of tall, golden-brown grain. She is holding a clipboard and looking off to the side with a slight smile. The background shows a line of trees under a cloudy sky.

Удео жена прималаца у укупним средствима за рурални развој је 23,2 одсто

То је изнад њиховог просечног удела међу власницима фарми и менаџерима

Само 13 одсто жена су власнице газдинстава

Недостатак власништва над земљом им не дозвољава да узму институционалне кредите

Жене су у неповољнијој ситуацији

Старије су, мање образоване и мање вољне да похађају обуке

У најгорем положају су младе жене (15-24)

Оне имају најниже стопе активности и запослености

Од четири жене које живе на селу, три су укључене у пољопривредни процес

За то не добијају никакву финансијску надокнаду

АКТУЕЛНЕ ТЕМЕ У СЕКТОРУ

Пољопривредници континуирано настоје да унапреде услове у којима се баве овом делатношћу. Најактуелнији захтеви које имају према држави су:

1

Укидање акциза на гориво
за регистрована
пољопривредна газдинства

2

Веће субвенције по
хектару

3

Редовна и брза исплата
субвенција, како будућих,
тако и заосталих

4

Цене откупа сунцокрета (да
буде виша од 90 динара по
килограму зрна сунцокрета)

5

Смањење трговачке
марже



ПОЉОПРИВРЕДА И МЕДИЈИ У СРБИЈИ

Фактори који могу да утичу на успех комуникације пројекта су бројни. Међутим, познавање медијске слике, јасан увид у теме које су медијима интересантније, као и представа о начину информисања наше циљне групе, од пресудне су важности за припрему ПР активности и ефективног плана комуникације.



МЕДИЈИ И ПОЉОПРИВРЕДА

Најчешћи извори информисања су **телевизија и портали**

Постоје четири специјализована часописа: Пољопривредник - специјализовани лист за село / Агробизнис магазин / Јутро / еПољо магазин (доступно само дигитално издање)

Раст броја портала који се баве пољопривредом и смањење броја додатака у штампаним издањима и специјализованих часописа

Близу 70 новинара специјализованих за пољопривреду

У дневним новинама се извештава о пољопривреди скоро свакодневно, најчешће у оквиру рубрика као што су економија и привреда

НАЈЗАСТУПЉЕНИЈЕ ТЕМЕ

1

СУБВЕНЦИЈЕ

2

СТАЊЕ У ИНДУСТРИЈИ

3

ЦЕНЕ ПРОИЗВОДА

BIZNIS Info IT Biz Agro Karijera Nekretnine Novčanik Bizcast

Stiže pomoć za poljoprivrednike: Vlada odobrila subvencije od 53 milijarde dinara

Biće uvedeni i neki novi modeli subvencionisanja

Danas

Najnovije Vesti Na lokalu Dijalog Svet Ljudi Kultura City Magazine Sport Život BBC

EKONOMIJA

Poljoprivrednici Zapadne Srbije: Situacija u poljoprivredi nikad lošija

N1 SRB ENG NAJNOVIJE RAT U UKRAJINI VESTI BIZNIS SVET SPORT KLUB N1 SPECIJAL ...

Cvijanović: Sramno niske cene poljoprivrednih proizvoda, nemamo pomoć države

Cvijanović: Sramno niske cene poljoprivrednih proizvoda,

Ministarstvo poljoprivrede raspisalo javni poziv

Sutra počinju prijave: Ko ima pravo na novi traktor?

Lj. B. 16.02.2022. 08:00

14

1 komentara

НАЈЗАСТУПЉЕНИЈЕ ТЕМЕ

4

ИЗВОЗ ПРОИЗВОДА

U PROŠLOJ GODINI ZABELEŽEN RAST OD 20 ODSTO

Srpska poljoprivreda ostvarila izvoz od pet milijardi dolara, najtraženije voće i povrće

AGROBIZNIS BIZNIS POSLOVANJE SRBIJA VESTI

9.2.2022 10:46 Autor: Stanislav Stanišić 29

5

КРИЗА У УКРАЈИНИ

BLIC • BIZNIS • PRIVREDA I FINANSIJE

"OVO JE MEGA-KRIZA O KOJOJ NIKO NE GOVORI" Rat Rusije i Ukrajine iza sebe ostavlja svetsko tržište hrane u fronclama, globalnom jugu ozbiljno preti GLAD

6

ПРОТЕСТ
ПОЉОПРИВРЕДНИКА

PTC

VESTI RAT U UKRAJINI MAGAZIN OKO SPORT EMISIJE TV RADIO RTS Ostalo ▼

Poljoprivrednici protestuju kod Pokrajinske vlade, sutra sastanak sa premijerkom



КАКО СЕ ИНФОРМИШУ ПОЉОПРИВРЕДНИЦИ?

Разумевање навика пољопривредника када је реч о информисању, тј. каналима комуникације које користе, као и о технолошким могућностима за приступ савременим средствима информисања, неопходно је за одабир алата који могу да постигну највећи ефекат.



1

Најчешћи извори информација су телевизија и портали (са акцентом на специјализоване и локалне)

2

Велики број већих пољопривредника има свог агронома ког сматра најсигурнијим извором информација

3

Све више пољопривредника се удружује у *Facebook* групе: најчешће их користе за проналажење решења у производњи

5

59,8 одсто домаћинстава у руралним подручјима има приступ интернету: најчешће га користе за видео позиве и текстуалне поруке

4

Само 60 одсто жена у руралним срединама користи компјутере: жене чешће практикују коришћење друштвених мрежа од мушкараца

Мали пољопривредници најчешће се не информишу путем друштвених мрежа због недовољно стручних и непроверених информација

6

ШТА КАЖУ НОВИНАРИ?

Представници специјализованих медија и рубрика, који су уједно и најупућенији у област пољопривреде, изнели су бројне ставове и мишљења о овој теми, који могу бити подељени у две основне категорије:

МЕДИЈСКО ПРАЋЕЊЕ ПОЉОПРИВРЕДЕ

Пољопривредни портали обухватају све теме, док се дневне новине више баве актуелностима, а мање неким иновативним темама. Теме интересантне медијима за извештавање су ситуација са ГМО, протести пољопривредника и мањак пољопривредних субвенција.

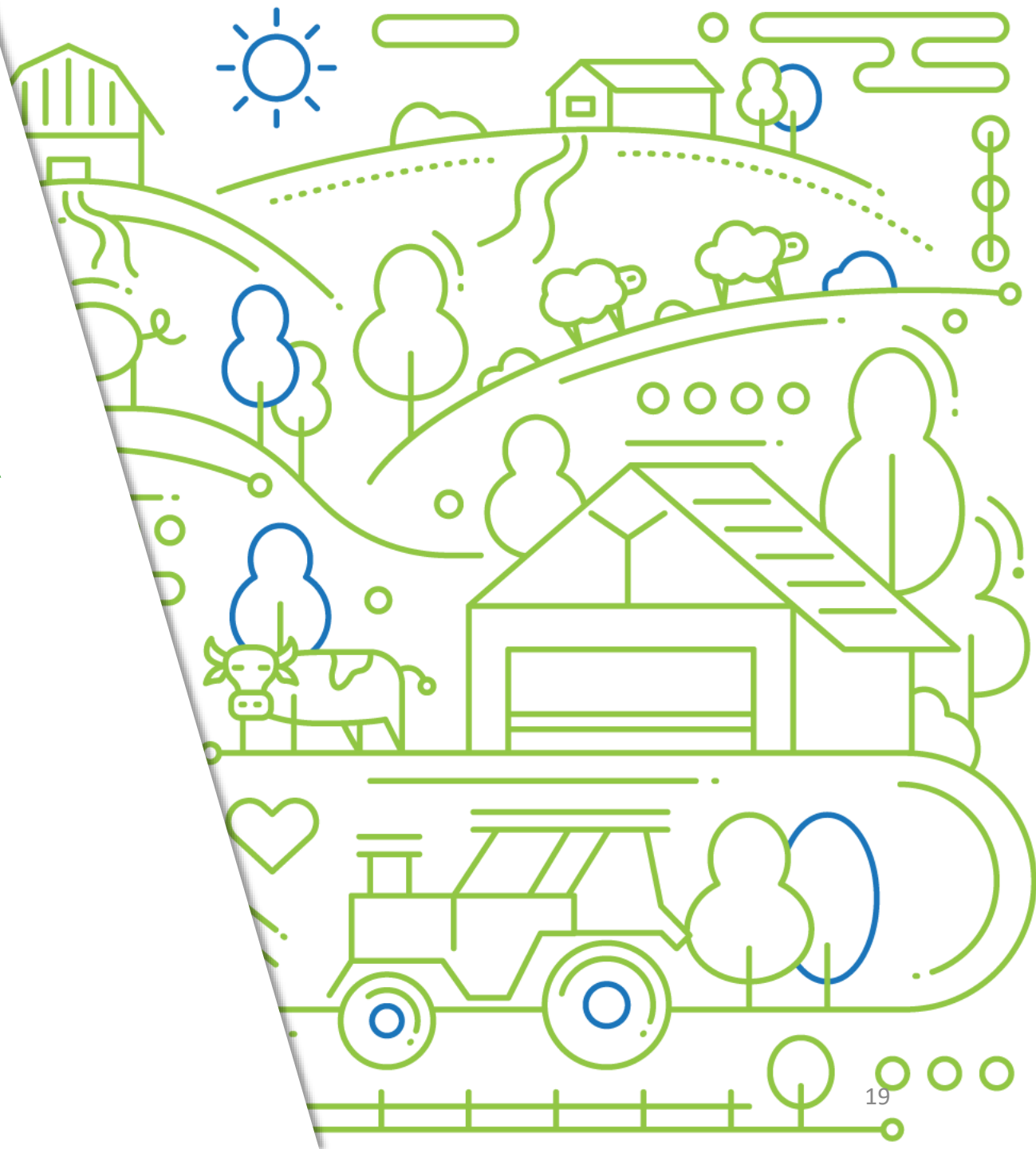
ПРОЈЕКАТ

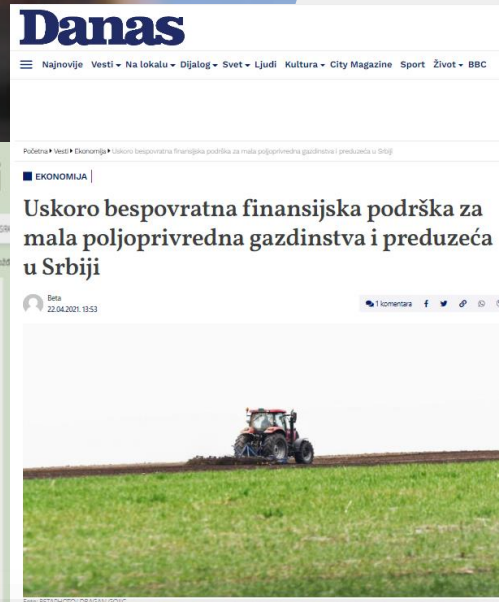
Сви анкетирани новинари су упознати са пројектом. Генерално, сматрају да би о њему требало више да се пише, као и да се ради на приближавању људима који се баве пољопривредом.

Управо у области комуницирања пројекта и информисања пољопривредника виде простор за унапређење. Предлажу организовање семинара и предавања за апликанте.

* Како би испитала ставове новинара о индустрији и сарадњи на овом пројекту, агенција је спровела анкетање мањег обима са релевантним представницима медија који прате ову област

КОМУНИКАЦИЈА ПРОЈЕКТА *У МЕДИЈИМА*





Фаза I до краја 2021.

Фокус комуникације: сврха пројекта, услови, финансирање и позиви на пријављивање

Главни комуникатор: Радивој Надлачки, бивши координатор пројекта

Кључни канали комуникације:

ТВ гостовања (РТС јутарњи програм, РТВ, локалне ТВ станице), објаве на Танјугу, као и на водећим порталима (blic.rs, rts.rs, pink.rs), као и на другим локалним и порталима специјализованим за пољопривреду

Фаза II

од почетка 2022.

Фокус комуникације: почетак друге фазе пријављивања, позив учесницима и објава ранг листе

Главни комуникатори:

Марко Кесић, в.д. директора Управе за аграрна плаћања Министарства пољопривреде

Вест о другој фази пренели су Танјуг и бројни портали међу којима су blic.rs и novosti.rs, као и други локални и портали специјализовани за пољопривреду



ГЛАВНИ ЗАКЉУЧЦИ

1

Специјализовани новинари упознати са Пројектом, али је недовољно присутан у медијима

2

Догађаји попут семинара и предавања су учинковит, али недовољно искоришћен алат комуникације

3

Досадашња комуникација Пројекта фокусирана готово искључиво на објаве нових фаза пријављивања

4

Главни извор информисања пољопривредник: ТВ и портали

5

Facebook групе све популарнији извор информисања, иако само 60 одсто руралног становништва има компјутере

ДЕФИНИСАЊЕ

Стратешки правац



КОМУНИКАЦИЈСКИ ЦИЉЕВИ

1

Информисање
потенцијалних
корисника о
Пројекту и
могућностима које
нуди

2

Представљање
резултата Пројекта
и позитивних
ефеката на
домаћу
пољопривреду

3

Јачање свести
о Пројекту и
улози Светске
банке код свих
циљних група

4

Наглашавање
улоге Пројекта за
развој
предузетништва у
домаћој
пољопривреди

ЦИЉНЕ ГРУПЕ

ПРИМАРНЕ

1

КОРИСНИЦИ
тренутни и
потенцијални

2

УДРУЖЕЊА
ПОЉОПРИВРЕДНИКА

3

ОРГАНИ ВЛАСТИ
јавни и локални

4

МЕДИЈИ
mainstream и
специјализовани

5

УДРУЖЕЊА
ЖЕНА
у сеоским
срединама

6

Пољопривредне
саветодавне
стручне службе и
Агенција за
рурални и
регионални развој



ЦИЉНЕ ГРУПЕ

СЕКУНДАРНЕ

1

ОПШТА
ЈАВНОСТ

2

БАНКАРСКИ
СЕКТОР

3

ФАКУЛТЕТИ И
ОБРАЗОВНЕ
ИНСТИТУЦИЈЕ
(КЗМ -
Канцеларије за
младе)

КЉУЧНЕ ПОРУКЕ

1

Новим и атрактивним моделом финансирања, Пројекат пружа подршку пољопривредним произвођачима који желе да побољшају и развију своје капацитете.

- **Оснажујемо наше пољопривреднике**
- **Конкурентна пољопривреда – за унапређење капацитета пољопривредних произвођача**
- **Нов модел финансирања у складу са потребама пољопривредника**

2

Подршком малим и средњим предузећима, Пројекат јача конкурентност целокупне пољопривреде у Србији.

- **Јачамо пољопривреду Србије**
- **Подршком малих и средњих предузећа до великих резултата**
- **Конкурентна пољопривреда – за већу подршку малим и средњим предузећима**

КЉУЧНЕ ПОРУКЕ

Пројекат омогућава увођење нових и савремених технологија, као и одржив приступ животној средини.

3

- **Иновацијама и бригом о заштити животне средине до конкурентне пољопривреде**
- **Конкурентна пољопривреда – За одржив приступ животној средини**
- **Конкурентна пољопривреда – Спајамо иновације и бригу о животној средини**

Фокус Пројекта је на рањивим групама у пољопривредном сектору у Србији, као што су жене и млади пољопривредни произвођачи у угроженим подручјима.

4

- **Конкурентна пољопривреда – за већу подршку женама, младим пољопривредним произвођачима и пољопривредницима у угроженим подручјима**
- **Без (жена) пољопривредница нема конкурентне пољопривреде**
- **Млади пољопривредници за будућност читаве пољопривреде**
- **И најмањи пољопривредници су велики играчи у креирању конкурентне пољопривреде**

КЉУЧНЕ ПОРУКЕ

Пројекат се спроводи у складу са еколошким и социјалним принципима

5

- **Конкурентна пољопривреда – за поштовање еколошких и социјалних принципа**
- **Унапређење пољопривреде уз истовремену бригу о свим пољопривредницима и животној средини**
- **Подржавамо наше пољопривреднике који брину и о животној средини**

6

Пројекат конкурентне пољопривреде у Србији, вредан 50 милиона долара, спроводи Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде, уз финансијску подршку Светске банке.

КАНАЛИ КОМУНИКАЦИЈЕ

МЕДИЈИ

Национални, локални и специјализовани медији (*online*, принт, ТВ)

БТЛ

Семинари, предавања, радионице, округли столови

ДИГИТАЛНИ КАНАЛИ ПРОЈЕКТА

[Website](#), друштвене мреже, *newsletter*, апликација

ДИГИТАЛНИ КАНАЛИ ПАРТНЕРА

Website, друштвене мреже, *newsletter*

ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ

Instagram и *Facebook* групе које окупљају пољопривреднике

ПРОМОТИВНИ МАТЕРИЈАЛИ

Лифлети, брошуре, *factsheet*



НОСИОЦИ КОМУНИКАЦИЈЕ



Координатор пројекта и
чланови пројектног тима



Представници институција,
партнера Пројекта

РЕАЛИЗАЦИЈА

Тактичка имплементација





САРАДЊА СА МЕДИЈИМА

Радни доручак



ШТА?

Организовање радног доручка представника пројекта Конкурентна пољопривреда и Управе за аграрна плаћања са уредницима и новинарима. Повод за овај догађај може бити комуницирање досадашњих резултата, као и објављивање динамике и планова за наредни период, на основу чега се могу пласирати текстови и договорити гостовања у медијима.

КО?

Новинари и уредници који су до сада пратили Пројекат, као и они који су значајни за будуће извештавање о њему, попут новинара који прате пољопривреду у националним медијима, као и они из специјализованих медија који се баве пољопривредом.

ЗАШТО?

Циљ овог догађаја је изградња односа са медијима који ће редовно извештавати о Пројекту као и ближе упознавање са њим. Важно је да новинаре и уреднике едукујемо о пројекту Конкурентне пољопривреде и његовом значају, као и да то поткрепимо dobrim примерима. То је посебно значајно уколико до сада нису организована слична окупљања са представницима медија.

ШТА?

Организовање округлог стола на којем би група експерата (представника Пројекта, Светске банке, надлежног министарства, партнера) новинарима говорила о занимљивим темама које су од стратешког значаја за реализацију Пројекта. На пример, теме могу бити улога жена у пољопривредној трансформацији, „подмлађивање“ пољопривреде, значај еколошког приступа у пољопривреди.

ГДЕ?

Овај догађај организујемо сваке године у другом граду/региону како бисмо избегли централизацију и едуковали што већи број локалних медија. Како је анализа показала да је највећи пад руралне популације забележен у јужној и источној Србији, управо се у овом делу земље може одржати први округли сто.

ЗАШТО?

Циљ оваквог скупа је да експерти темељно информишу новинаре о концептима који представљају новину у српској пољопривреди, а којима се Пројекат бави. Уједно, новинари имају прилику да на лицу места постављају питања, отклоне недоумице и прикупе користан материјал. Успех округлог стола огледа се у томе да новинари објаве квалитетне текстове и прилоге, захваљујући којима ћемо имати већи број пријављених кандидата из рањивих група (жене, млади, произвођачи у угроженим подручјима)



ОКРУГЛИ СТО

*за представнике
локалних медија*



САОПШТЕЊА ЗА МЕДИЈЕ

ШТА?

Креирање и дистрибуција саопштења за медије поводом кључних момената у реализацији Пројекта.

ЗАШТО?

Правовременим информисањем јавности када је реч о значајним моментима у реализацији Пројекта, желимо да постигнемо његову већу видљивост у медијима и међу потенцијалним корисницима средстава.

КО?

Носиоци комуникације су представници Пројекта конкурентна пољопривреда Србије и Управе за аграрна плаћања.

КАКО?

Периодичним креирањем и слањем квалитетних и информативних материјала широј листи медија. Предлози тема:

XX МИЛИОНА ДИНАРА ЗА ПОДРШКУ ПОЉОПРИВРЕДНИЦИМА Отворен је нов јавни позив у оквиру пројекта „Конкурентна пољопривреда“

ЧАК XX ПРИЈАВА У 2022. ГОДИНИ У оквиру пројекта „Конкурентна пољопривреда“ додељено XX милиона бесповратних средстава

NATIVE ТЕКСТОВИ

ШТА?

Детектовање актуелних и занимљивих тема, као и значајних повода за писање текстова у којима би се истакле све кључне поруке Пројекта. Текстови би се слали на одређене листе медија – националне, специјализоване, локалне.

ЗАШТО?

У складу са анализом која је показала да портали представљају један од основних извора информисања пољопривредника, желимо да креирамо квалитетне текстове који ће их информисати и едуковати о Пројекту – а посебно циљне групе пројекта (жене и младе, пољопривредне произвођаче у угроженим подручјима). Уједно, повећавамо видљивост Пројекта у широј јавности.

КАКО?

Правовременим писањем и дистрибуцијом текстова на теме попут следећих:

50:40:10 Шта тачно подразумева нов модел финансирања пољопривредника и како до бесповратних средстава

ЧЕТИРИ КОРАКА ДО БЕСПОВРАТНИХ СРЕДСТАВА Све о најновијем јавном позиву за пољопривреднике

МЕЂУНАРОДНИ ДАН ЖЕНА НА СЕЛУ Како нов модел финансирања пољопривредника унапређује положај жена у руралним крајевима

КО?

Носиоци комуникације су представници Пројекта конкурентне пољопривреде Србије и Управе за аграрна плаћања.

ИНТЕРВЈУИ

ШТА?

Тематски интервјуи у утицајним медијима - националним, специјализованим и локалним.

ЗАШТО?

Анализа досадашњих медијских објава у вези са пројектом показала је да је највећу видљивост имала најави пројекта и први јавни позив, када су објашњени сврха Пројекта и његове појединости. У складу са тим, идеја је да објављивањем тематских интервјуа подсетимо на значај Пројекта, истакнемо досадашње резултате, као и да привучемо нове људе који би конкурисали.

КАКО?

Реализацијом интервјуа са представницима Пројекта, као и упоредног интервјуа са представником Пројекта и корисника средстава. Примери тема:

Координатор пројекта Конкурентне пољопривреде вредности 38 милиона долара: Приоритет имају жене, млади и лица из сиромашнијих општина (agroinfo.rs, agroklub.rs)

СВЕ О КОНКУРЕНТНОЈ ПОЉОПРИВРЕДИ
Представник и корисник пројекта дају корисне савете свима заинтересованима за БЕСПОВРАТНА СРЕДСТВА (лист Пољопривредник)

ШТА?

Објављивање ауторских текстова у којима се Пројекат ставља у шири контекст и истиче његов дугорочни значај.

ЗАШТО?

Ауторски текстови представљају одговарајућу форму да се истакне шири значај Пројекта, јер аутору пружају адекватан простор и слободу да пренесе жељене поруке.

КАКО?

Објављивањем текстова у којима представници пројекта Конкурентна пољопривреда као стручњаци пружају увид у све бенефите његове реализације, уједно комуницирајући све кључне поруке.

АУТОРСКИ ТЕКСТОВИ

Примери тема

- Координатор пројекта: „Новим моделом финансирања оснажујемо пољопривредне произвођаче и предузећа и унапређујемо конкурентност“ (Телеграф бизнис колумна)
- Координатор пројекта о пројекту Министарства пољопривреде и Светске банке: „Пољопривредници добијају бесповратна средства, али и подршку и знање“ (регионалне стране дневног листа Новости)
- ОД ТРАДИЦИОНАЛНЕ ДО ОДРЖИВЕ ПОЉОПРИВРЕДЕ Координатор пројекта о пројекту МПВШ и Светске банке и трансформацији коју подстиче (Агробизнис магазин)

ВИДЕО ТЕСТИМОНИЈАЛИ



ПРИМЕР ТЕМЕ

„ЗА ГОДИНУ ДАНА ДУПЛИРАЛИ СМО ПРИНОСЕ“
Породица XX из XX о свим предностима
КОНКУРЕНТНЕ ПОЉОПРИВРЕДЕ

ШТА?

Јавност упознајемо са комплетним процесом од конкурисања до добијања и коришћења средстава објављивањем прича, односно видео testimoniјала пољопривредника који су учествовали у претходним јавним позивима

ЗАШТО?

На овај начин, кроз сведочења задовољних пољопривредника, илуструјемо цео процес који је потребно проћи. Тестимонијали, односно, топла људска прича, служе да истакнемо значај Пројекта, да привучемо нове апликанте и уједно допринесемо транспарентности и промоцији Пројекта.

ГДЕ?

Видео формате/тестимонијале објављујемо на сопственим каналима комуникације а уједно их промовишемо и у медијским објавама (израдити ПР текстове и *native* у оквиру којих ће тестимонијали бити линковани). Када је реч о сопственим каналима, на веб сајту Конкурентна пољопривреда креирамо посебан одељак под називом “Фармерова прича”, где обједињујемо све ове приче на једном месту. На тај начин чинимо их доступним свим заинтересованим странама, а уједно се са сајта лако и једноставно могу делити на друштвеним мрежама - посебно на *Instagram* као значајан канал за објављивање видео садржаја.

КАКО?

Креирањем кратких и ефектних формата који преносе приче наших корисника и у које укључујемо кључне поруке. Позитивне приче и примери представљају највећу потврду успешности Пројекта, као и најзначајнију препоруку потенцијалним апликантима.

ВИДЕО ТЕСТИМОНИЈАЛИ



ШТА?

Учествовање представника
Пројекта као и корисника средстава
у *podcast-ima* посвећеним
економским и пољопривредним
темама.

ЗАШТО?

Podcast као све популарнија форма
омогућава темељан приступ
одређеној теми кроз пријатан
разговор.

Посебне предности су што се може
преузети и слушати било када, као
и што не захтева много интернета
као гледање видео записа, што
може бити значајно становницима
из руралних средина.

КАКО?

Селектовањем адекватних *podcasts*
који ће нам омогућити да дођемо до
жељене публике и пошаљемо кључне
поруке. Предлози:

- [Агросмарт](#)
- [Национална географија](#)
- [Поп економија](#)

PODCAST



ПРОМОЦИЈА ПРОЈЕКТА НА ДОГАЂАЈИМА

ШТА?

Представљање Пројекта на релевантним конференцијама, панелима и дискусијама, националним и локалним, као и организовање сопствених догађаја широм Србије.

ЗАШТО?

Циљ је да се унапреди видљивост Пројекта као и да се заинтересованим странама представе сви значајни елементи и неопходни кораци. Учествовањем на локалним скуповима и сајмовима директно се приближавамо пољопривредницима из тог дела Србије и на лицу места им све информације чинимо доступнијим. На основу података са претходних конкурса посебно таргетирамо регионе и места из којих смо имали најмање апликаната и у њима организујемо догађаје (предавања, промоцију, дружења). Учесће на догађајима промовишемо на сопственим каналима и у медијима.

КО?

Представници Пројекта конкурентне пољопривреде Србије, уз присуство представника Управе за аграрна плаћања.

ПРЕДЛОГ ДОГАЂАЈА



1

Међународни пољопривредни сајам у Новом Саду – један је од највећих у Европи у области пољопривреде, наредне године одржава се јубиларни 90. пут

2

Међународни сајам воћарства, повртарства и виноградарства AgroBelgrade (26-28. јануара 2023. године)

3

Шумадија сајам, Крагујевац – Од 11. до 18. септембра 2022. године одржава се традиционална и најпосећенија манифестација Шумадија сајам, који окупља бројне излагаче из области пољопривреде

4

Мањи локални сајмови и окупљања - Ове године одржан је и први **међународни Сајам пољопривреде „Богатић 2022“**, за који су организатори истакли да се надају да ће постати традиционални. Ту је и Сремски пољопривредни сајам “Агросирм” – манифестација пољопривредних машина и опреме у Сремској Митровици



СЕМИНАРИ И РАДИОНИЦЕ

***за запослене у
саветодавним и
општинским службама***



ШТА?

Семинари и радионице за запослене у саветодавним и општинским службама чији је посао везан за пољопривреду. Запослени саветодавних и општинских служби (Секретеријати везани за област пољопривреде) су у свакодневном контакту са пољопривредницима - потенцијалним корисницима Пројекта.

ЗАШТО?

Циљ семинара је едуковање запослених у службама које сарађују са пољопривредницима о свим детаљима Пројекта и аспектима аплицирања како би корисницима могли да пренесу детаљне информације.

Осим тога, саветодавне и општинске службе у својим канцеларијама би требало да имају промотивни материјал везан за Пројекат, који ће бити доступан заинтересованима. Они ће такође од потенцијалних корисника добијати и повратне информације (у којој мери су информисани о Пројекту), а све у сврху јачања промотивне кампање.

ШТА?

Организовање гостујућих предавања представника Пројекта и Управе за аграрна плаћања на пољопривредним факултетима у Србији.

ЗАШТО?

Циљ је да младе људе, односно студенте едукујемо о значају концепта конкурентне пољопривреде и упознамо их са свим детаљима Пројекта и конкурисања. То је посебно значајно имајући у виду да су као студенти пољопривреде они потенцијални корисници средстава и промотери Пројекта – међу њима су и они који долазе из руралних средина и чије се породице баве пољопривредом, као и они који би желели да покрену сопствену производњу.

ФАКУЛТЕТИ:

1. Пољопривредни факултет у Београду
2. Пољопривредни факултет Крушевац
3. Пољопривредни факултет Нови Сад
4. Агрономски факултет Чачак

САРАДЊА СА ФАКУЛТЕТИМА

ЛИФЛЕТИ, БРОШУРЕ И *FACTSHEET*

Лифлети, брошуре и *factsheet* представљају једноставан начин пружања информација потенцијалним корисницима и широј јавности о улози и доприносу Пројекта. Они пружају основне информације, као што су циљне групе, временски оквир, предвиђене мере, износ подршке, важни контакти, али и све друге релевантне информације.

БРОШУРА/ПРИРУЧНИК

Основни циљ је кратко и сажето представити Пројекат и једноставним језиком сликовито приказати основне информације. Брошура се користи када је потребно истовремено информисати што већи број људи, али служи и као пропратни материјал на различитим догађајима. Брошура би се делила у саветодавним и општинским службама, на округлим столовима, и другим догађајима, а била би постављена и на званичном сајту Пројекта.

ЛИФЛЕТ

Пратеће средство другим активностима које има за циљ да привуче пажњу, да најави неки догађај и да пренесе поруку. Обично се штампа на једном листу и садржи само основне информације, за разлику од брошуре која је опширнија. Лифлете, на пример, можемо користити за најављивање нових конкурса на местима где се пољопривредници информишу и окупљају.

FACTSHEET

Документ који на једној страни садржи кључне информације о Пројекту – ко га спроводи и са којим циљем, који је начин финансирања, ко су потенцијални корисници средстава, колико је било јавних позива и пријава у досадашњим конкурсима и слично. Подаци су кратки, јасни и прегледни, а документ може бити и двојезичан – на српском и енглеском језику. *Factsheet* представља корисно средство информисања свих заинтересованих страна.

ШТА?

Истраживања показују да око 74 одсто пољопривредника активно користи друштвене мреже (Извор: *National gender profile of agriculture and rural livelihoods – Serbia, FAO, 2021*). Такође, искуство Регионалне развојне агенције “Југ” потврђује да пољопривредници више прате друштвене мреже него сајтове, те они користе *Facebook* за информисање пољопривредника. Имају око 1.200 пратилаца, од којих је више жена него мушкараца. Све ово указује да би требало искористити потенцијал сопствених канала комуникације, кроз ажурирање постојећих и креирање нових налога, на којима би се редовно објављивали информативни, едукативни и занимљиви садржаји.

ЗАШТО?

Кроз унапређење сопствених канала и њихово редовно ажурирање повећавамо видљивост Пројекта и поправљамо његов имиџ у јавности, чинећи информације доступнијим.

УНАПРЕЂЕЊЕ СОПСТВЕНИХ КАНАЛА

КАНАЛИ

1

WEBSITE/ Сајт Пројекта би требало да представља кредибилан извор информација не само за пољопривреднике, већ и за представнике медија, због чега би га требало освежити новим информацијама и садржајима и редовно ажурирати

2

АПЛИКАЦИЈА/ Освежавање апликације новим информацијама и садржајима

3

ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ/ Оснивање *Facebook* и *Instagram* страница и њихово коришћење за информисање и комуникацију са циљним групама, а посебно женама и младима

4

YOUTUBE КАНАЛ/ Освежавање канала новим видео форматима и његово коришћење за објављивање testimoniјала корисника, као и за објављивање видео материјала са догађаја

5

NEWSLETTER/ Како бисмо стејкхолдере редовно информисали о Пројекту, предлажемо припремање и слање *newsletter-a* периодично, у складу са динамиком конкурса

ШТА?

Промоција Управе за аграрна плаћања, која има значајну улогу у реализацији Пројекта као прва специјализована институција која се искључиво бави субвенцијама у пољопривреди.

ЗАШТО?

Циљ је да јавност информишемо о раду, улози и значају Управе за аграрна плаћања. Побољшањем имиџа Управе уједно доприносимо транспарентности и видљивости самог пројекта.

КАКО?

- Заједничка ТВ гостовања представника Пројекта и Управе
- Креирање нејтив текстова – предлог теме: ДАН У УПРАВИ ЗА АГРАРНА ПЛАЋАЊА „Обрађујемо XX захтева сваког дана, највише из овог дела Србије“
- Присуство представника Управе догађајима, сајмовима, конференцијама којима присуствују и представници Пројекта
- Промоција Управе на каналима Пројекта

ПРОМОЦИЈА УПРАВЕ ЗА АГРАРНА ПЛАЋАЊА

ЗАВРШНА КОНФЕРЕНЦИЈА

ШТА?

Организовање завршне конференције представника пројекта Конкурентна пољопривреда Србије и Управе за аграрна плаћања где би се сумирали сви досадашњи резултати. Циљ конференције би био пружање детаљних информација учесницима и широј јавности о претходном програму и постигнутим резултатима кроз спровођење активности пројекта које је Светска банка подржала у оквиру претходне финансијске перспективе.

КО?

Учесници конференције би били представници испред Светске банке, координатори пројекта и чланови пројектног тима, представници институција, партнера Пројекта. Позиви за присуствовање Завршној конференцији би били упућени представницима релевантних институција, општинама у програмској области, корисницима пројекта, потенцијалним подносиоцима пријава, невладиним организацијама и медијима.

ЗАШТО?

Сврха ове завршне конференције би била да се широј јавности представи утицај који је програмом остварен у заједници програмске области, а у циљу побољшања квалитета живота и осигурања успешних прича спроведених пројекта и промовисања добре прекограничне сарадње између корисника у оквиру пројекта и финансијске подршке Светске банке.

TIMELINE (tba)

АКТИВНОСТИ	Октобар '22	Новембар '22	Децембар '22	Јануар '23	Фебруар '23	Март '23	Април '23	Мај '23	Јун '23	Јул '23	Август '23
Радни доручак											
Округли сто											
Саопштења за медије											
<i>Native</i> текстови											
Интервјуи											
Ауторски текстови											
Видео тестимонијали											
<i>Podcast</i>											
Промоција пројекта на догађајима											
Семинари и радионице											
Лифлети, брошуре и <i>factsheet</i>											
Унапређење сопствених канала											
Промоција Управе за аграрна плаћања											

TIMELINE (tba)

[illegible]

Преглед медијске сцене у Србији



НАЈУТИЦАЈНИЈИ НОВИНАРИ КОЈИ ПРАТЕ ПОЉОПРИВРЕДУ



Александра Бундало

Уредница РТВ Војводине, и водитељка емисије са дугом традицијом *Бразде*, која се на овом програму емитује од 1975. Завршила је Пољопривредни факултет, смер заштите биља, и мастерирала на смеру органске пољопривреде. У својој емисији *Бразде*, коју води од 2004. године, разговара са саговорницима о актуелним темама из пољопривреде.

Осим ове емисије, уредница је и дневних пољопривредних емисија *Агромозаик* и *Агродан*, које се смењују са емисијом *Бразде*.



Јелена Субин

Заменица уредника Вечерњих новости и економска новинарка, која се у великој мери бави пољопривредним темама, економским условима и положајем пољопривредника, као и утицајем стања у овој индустрији на економију земље.



Јулијана Кузмић

Дипломирана новинарка специјализована за агро новинарство и уредница пољопривредног портала *Агроклуб*. Осим што професионално извештава о пољопривредној индустрији, Јулијана је представница Мреже младих професионалаца у пољопривреди *YPARD*.



НАЈУТИЦАЈНИЈИ НОВИНАРИ КОЈИ ПРАТЕ ПОЉОПРИВРЕДУ



Данијела Нишавић

Новинарка са више од 25 година искуства, специјализована за праћење економских тема, 2021. године основала портал Плодна земља, који промовише пољопривреду и предузетништво. Дуго година радила је као новинарка Блица, писала је за бројне стручне portale и добитница је награда за извештавање.



Ђорђе Симовић

Дугогодишњи новинар који прати сектор пољопривреде. На радију Нови Сад уређује емисије Пољопривредно добро и Агроаргументи, а као новинар и уредник ради и на порталима Агроклуб, Агролист и Пољопривреда. Добитник је новинарске награде Новосадског сајма „Петар Давидовић“ за 2022. годину.



Андријана Глишић

Најбољи је аграрни новинар 2019. године у Србији по избору уредништва Агроклуба. Као млада новинарка освојила је ово признање, будући да је за свега пола године написала више од 240 текстова. Радила је за Танјуг, Новосадску телевизију, а тренутно ради као репортерка на Куир телевизiji.



НАЈУТИЦАЈНИЈИ НОВИНАРИ КОЈИ ПРАТЕ ПОЉОПРИВРЕДУ



Урош Давидовић

Аутор и уредник емисије за пољопривреду и село Боља земља. Три пута је проглашаван за најбољег студента Ветеринарског факултета.

2004. године, пре завршетка школовања, почео је са радом као новинар у емисији Знање на поклон, а потом каријеру наставља као уредник и водитељ емисије Добра земља. Од 2016. године аутор је и водитељ емисије Боља земља.



Горан Ђаковић

Каријеру је започео још као студент на завршној години Пољопривредног факултета и то као новинар РТС-а. Дугогодишњи је председник Управног одбора АГРОПРЕС-а (Удружење новинара за пољопривреду), али члан је и извршног одбора Међународне федерације новинара који прате пољопривреду, аутор и коаутор је неколико пројеката међу којима са задовољством истиче пројекат унапређења живота жена на селу.

НОВИНСКЕ АГЕНЦИЈЕ

ТАНЈУГ

БЕТА

ФОНЕТ

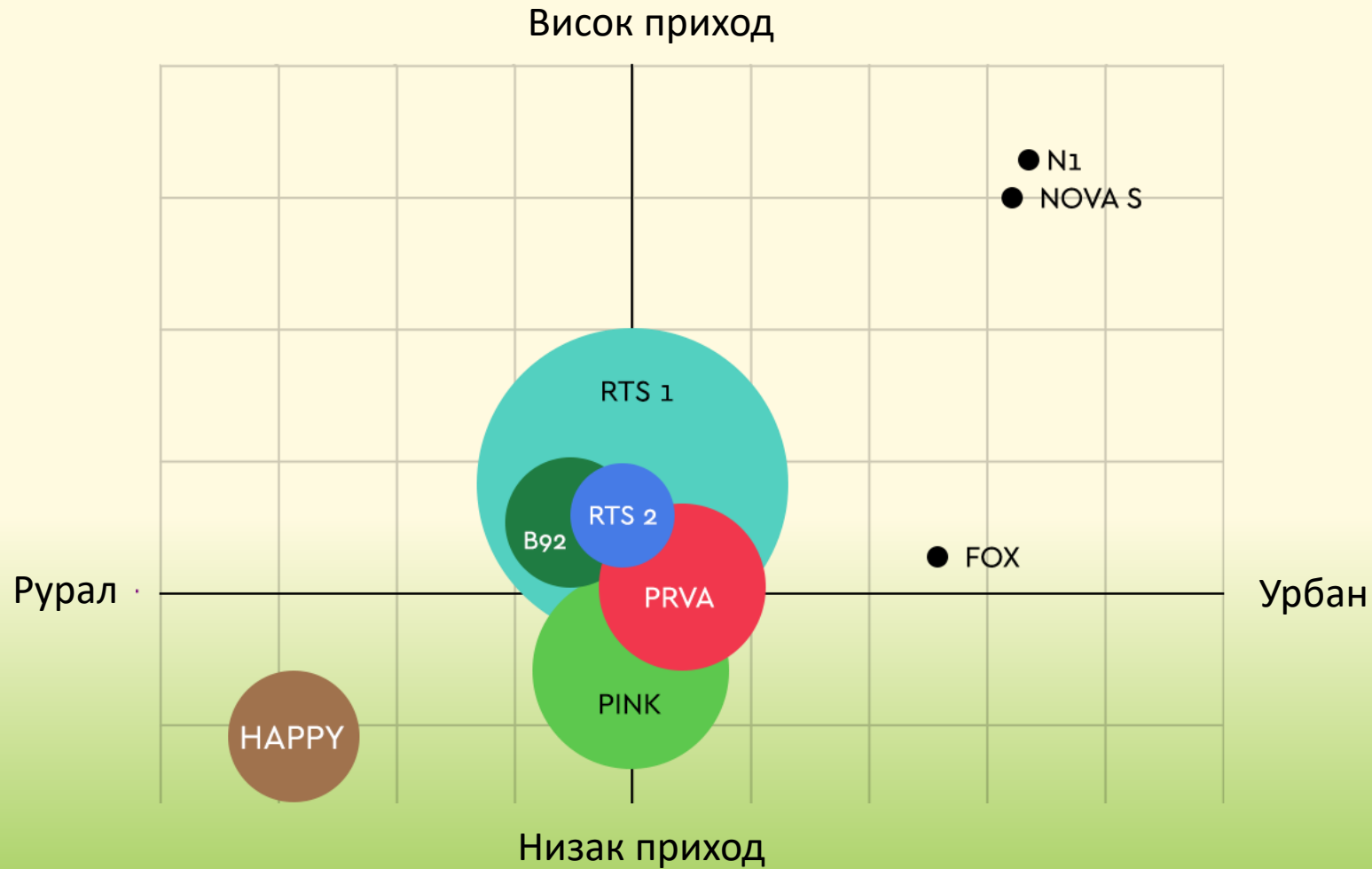
BLOOMBERG

REUTERS

РТС 1 ЈЕ НАЈГЛЕДАНИЈА ТЕЛЕВИЗИЈА



ТВ – ЛОКАЦИЈА И ПРИХОД



Препоручене телевизије и емисије:

РТС: Јутарњи програм/Емисија Знање имање

РТВ: Емисије Бразде и Агромозаик

ПРВА ТВ: Јутарњи програм

К1: Јутарњи програм

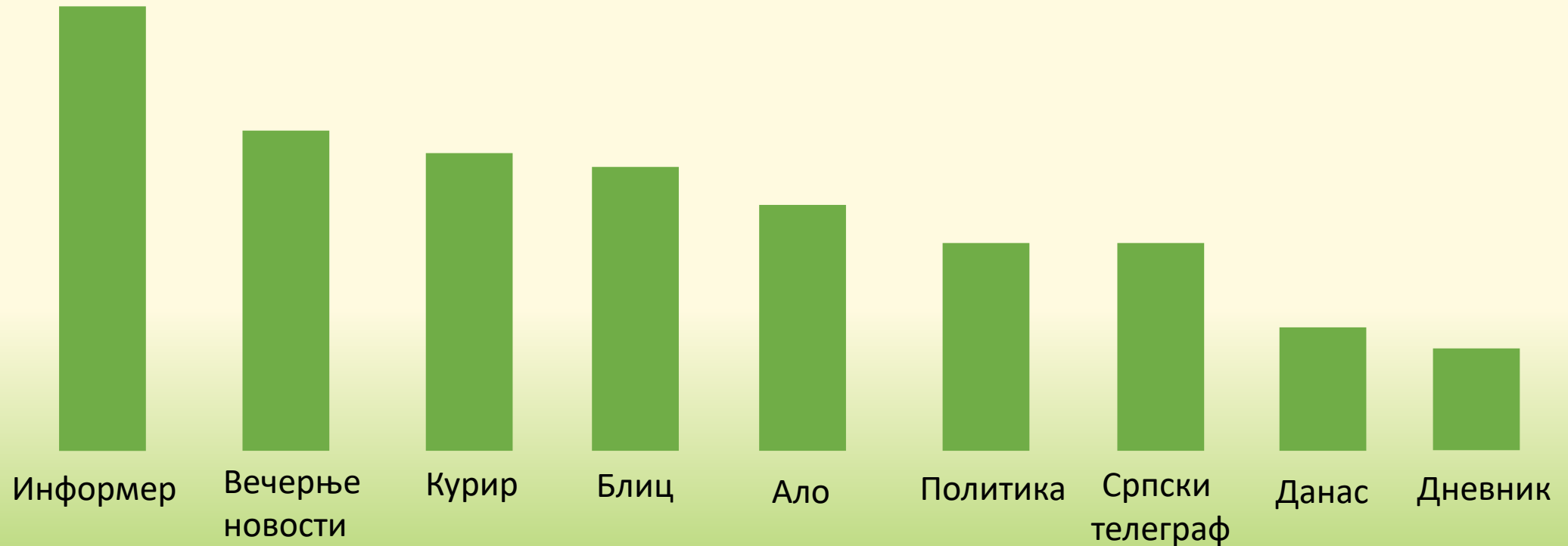
ТВ ПИНК: Свитање

НОВА С: Јутарњи програм

ПРИНТ

ДНЕВНЕ НОВИНЕ	НЕДЕЉНИ И МЕСЕЧНИ МАГАЗИНИ	ПОЉОПРИВРЕДНИ МАГАЗИНИ
Блиц	Недељник	Пољопривредник
Политика	НИН	Агро бизнис
Вечерње новости	Време	еПољо магазин
Ало!	Нови магазин	Јутро
Курир	Експрес	
Објектив	Илустрована политика	
Информер	Печат	
Српски телеграф	Бизнис и финансије	
Данас	Нова економија	
Нова	Бизлајф	
Вести	Српска економија	
Дневник		

ИНФОРМЕР ЈЕ НАЈЧИТАНИЈА ДНЕВНА НОВИНА



Извор: Nielsen (јануар-септембар 2021. године)

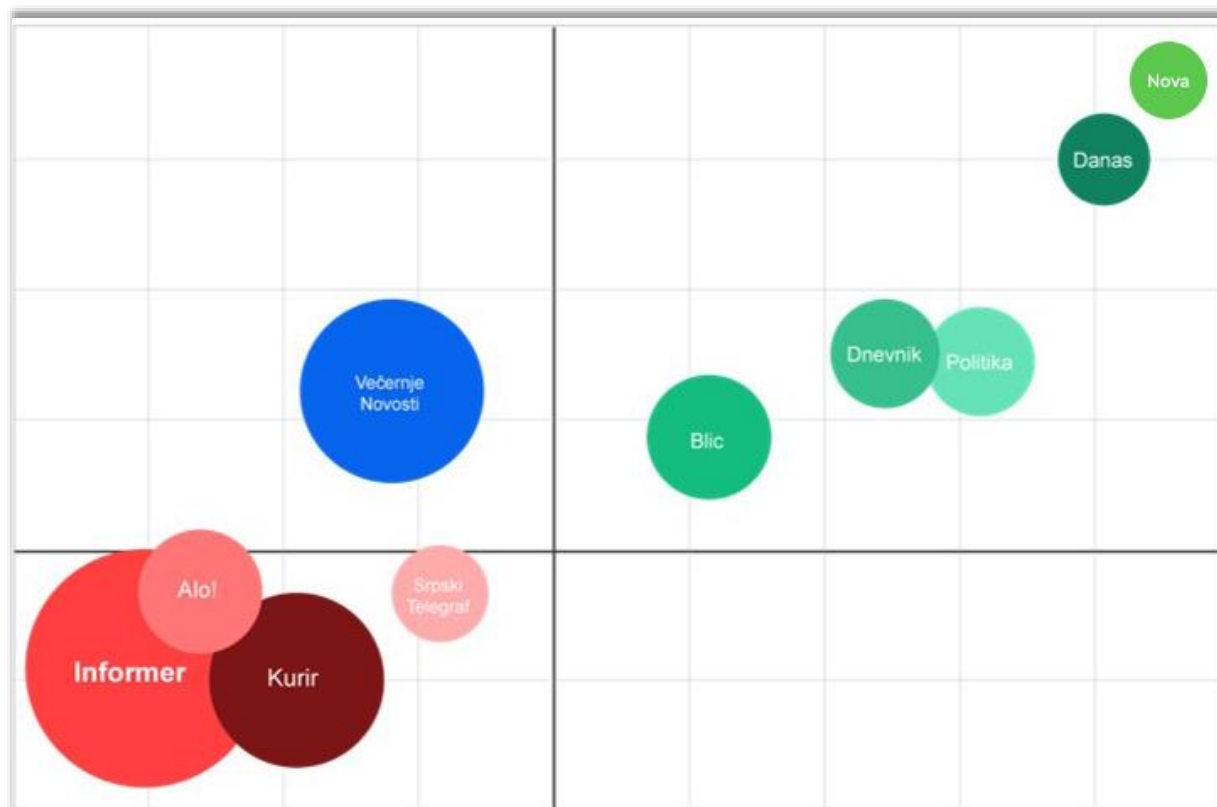
ДНЕВНЕ НОВИНЕ – ЛОКАЦИЈА И ПРИХОД

Висок приход

Рурал

Урбан

Низак приход



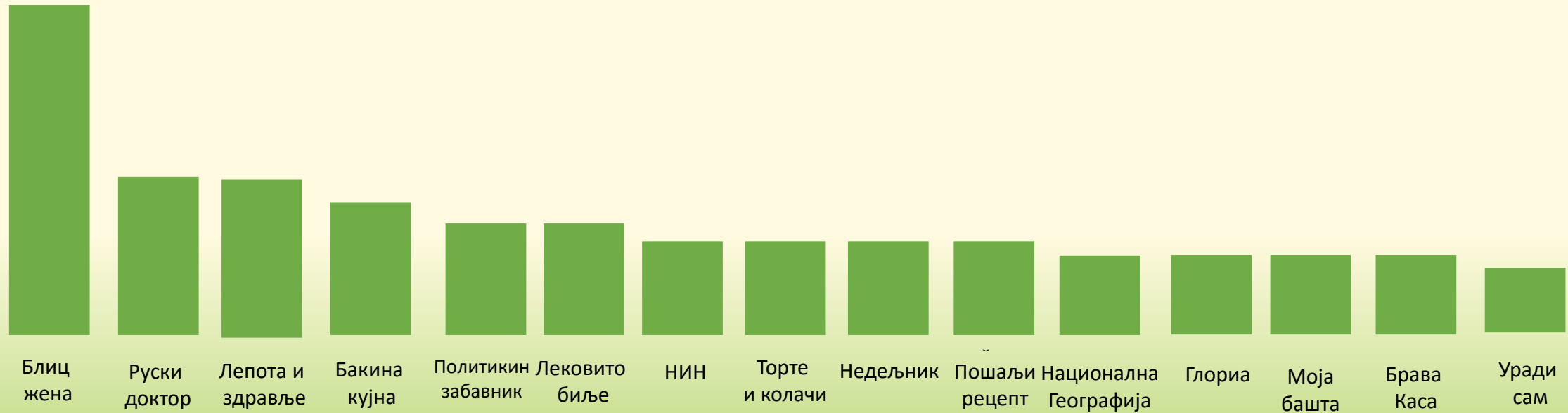
НЕДЕЉНИК ЈЕ НАЈЧИТАНИЈИ НЕДЕЉНИ ЛИСТ

МАГАЗИНИ	УКУПАН БРОЈ ЈЕДИНСТВЕНИХ ЧИТАЊА 12+
Недељник	49 815
НИН	48 326
Време	26 625
Печат	9 801
Нови Магазин	1 102
Експрес	258

Извор: Ипсос, децембар 2021. године



БЛИЦ ЖЕНА ЈЕ НАЈЧИТАНИЈИ МАГАЗИН



Извор: Nielsen (јануар-септембар 2021. године)

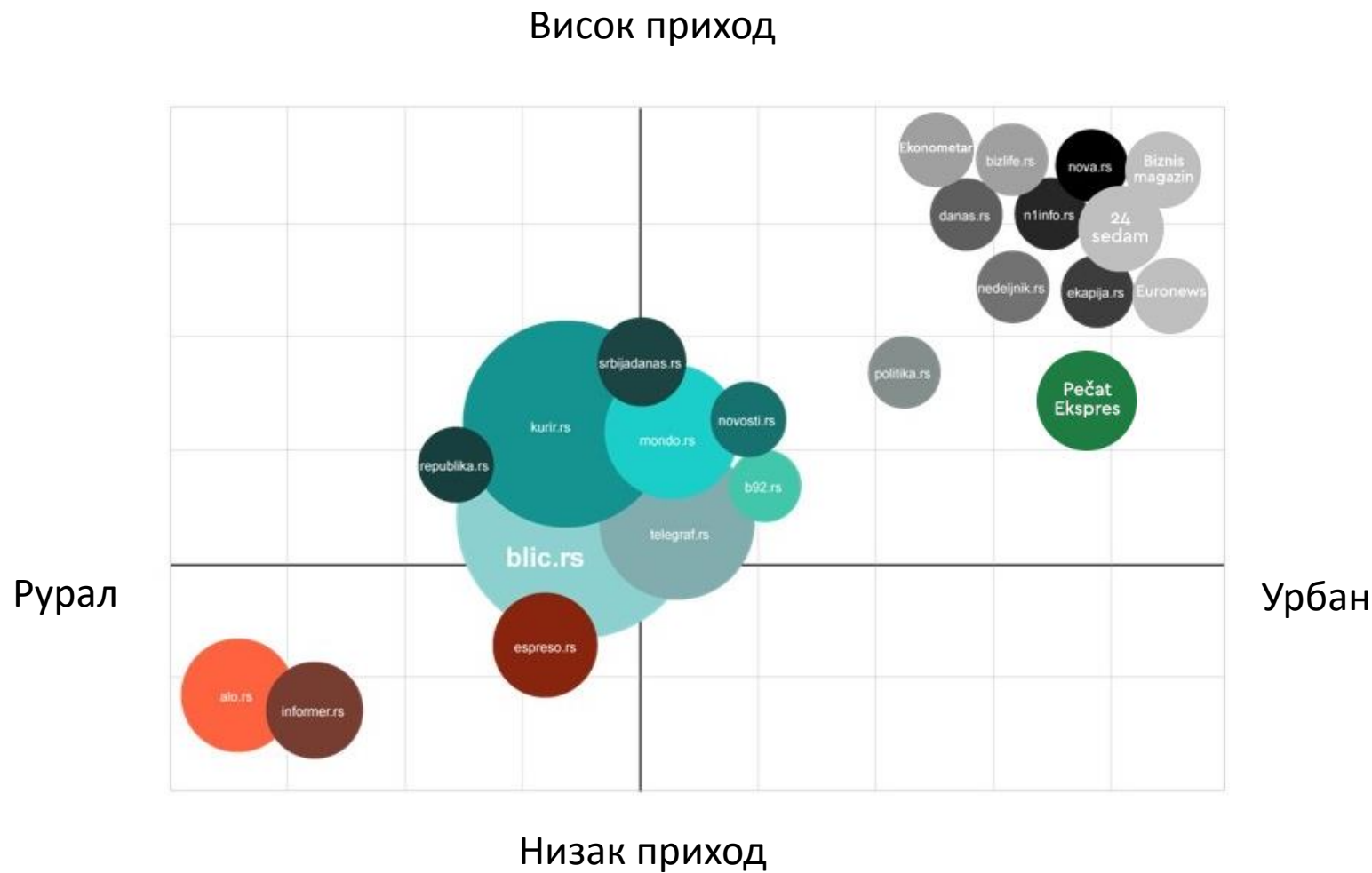
МАГАЗИНИ – ЛОКАЦИЈА И ПРИХОД



ПОРТАЛИ

НАЦИОНАЛНИ	ЕКОНОМСКИ	СПЕЦИЈАЛИЗОВАНИ
Blic.rs	Nedeljnik.rs	Agroklub.rs
Kurir.rs	Nin.co.rs	Epoljomagazin.com
Mondo.rs	Vreme.rs	Agrofin.rs
Telegraf.rs	Ekspres.rs	Agrosmart.net
Alo.rs	Novimagazin.rs	Geaagronet.com
Novosti.rs	Novaekonomija.rs	Agrodan.rs
Espresso.rs	Bizlife.rs	Poljoprivreda.info
24sedam.rs	Biznis.rs	Agromedia.rs
Nova.rs	Cordmagazine.rs	Agrobiznis.rs
Srbijadanas.com	Diplomacyandcommerce.rs	Plodnazemlja.com
N1info.com	Instore.rs	Agronews.rs
Objektiv.rs	Progressivemagazin.rs	Poljosfera.rs
Danas.rs	Profitmagazin.com	Poljoberza.rs
B92.net	Srpskaekonomija.rs	
Republika.rs	Ekapija.com	
Rtv.rs	Magazinbiznis.rs	

ПОРТАЛИ – ЛОКАЦИЈА И ПРИХОД



Извор: Nielsen (Јануар-Септембар 2021. године)



BLIC.RS JE НАЈЧИТАНИЈИ ПОРТАЛ

ПОРТАЛ	ПРОСЕЧАН БРОЈ ДНЕВНИХ КОРИСНИКА*	МЕСЕЧНА ЧИТАНОСТ РУБРИКЕ ЕКОНОМИЈА/ПОЉОПРИВРЕДА**
Blic.rs	1 024 190	Број корисника за подкатегорију привреда и финансије: 150.000
Kurir.rs	913 610	Број корисника рубрике бизнис: Курир: 1.150.000 Android: 130.000 iOS: 33.000
Telegraf.rs	539 195	Број посета за економске и агро вести: Десктоп: 180.000 Мобилни сајт: 3.000.000 Апликација: 2.000.000
Mondo.rs	636 589	Број корисника који читају економске вести: 700.000
Alo.rs	517 919	Број отварања страница на рубрици бизнис: 1.737.566
Nova.rs	536 639	Број отварања страница на рубрици бизнис: 2.372.371
Novosti.rs	418 551	Број корисника рубрике економија: 549.464 Број отварања страница рубрике економија: 2.011.941
Espresso.rs	400 725	Број корисника: 730.000
24sedam.rs	322 248	Број отварања страница: 2.278.090 бизнис 74.890 аграр
Srbijadanas.com	423 300	Број корисника који читају економске вести: 700.000

*Извор: Serbia, Gemius S.A.: gemiusAudience, 10.8.2022.

**Извор: маркетинг одељења портала, за период 1-30. септембра 2022.

ЛОКАЛНИ МЕДИЈИ

ПРИНТ	ВОЈВОДИНА	ЦЕНТРАЛНА СРБИЈА	ЈУГ СРБИЈЕ
	Дневник	Крагујевачке новине	Народне новине
	Војвођански магазин	Краљевски магазин	Нова наша реч
	Magyar Szo	Крушевац град	Слобода (Пирот)
	Новосадски репортер	Младеновачки глас	
	Старт 013		
	Су недељник		
	Суботичке новине		
	Панчевац		
	Зрењанин		
	Старчевачке новине		

ЛОКАЛНИ МЕДИЈИ

ONLINE	ВОЈВОДИНА		ЦЕНТРАЛНА СРБИЈА	ЈУГ/ИСТОК СРБИЈЕ	
	Rtv.rs	Autonomija.info	Glassumadije.rs	Jugmedia.rs	Glas-zaječara.com
	021.rs	Subotica.info	Infokg.rs	Jugpress.rs	Istmedia.rs
	Novinenovosadske.rs	Zrenjaninski.com	Kolubarske.rs	Juznevesti.rs	
	Nshronika.rs	Zrklik.com	Ikragujevac.com	Dnevnikjuga.rs	
	Nsuzivo.rs		Rtvsumadija.com	Infocentarjug.rs	
	Luftika.rs			Niskiportal.rs	
	Mojnovisad.com			Naissus.info	
	Novisad.com			Gradskiportal018.rs	
	Dnevnik.rs			TVZonaplus.rs	
	013info.rs			Belleamie.rs	
	Subotica.com			Timocka.rs	
	Ilovezrenjanin.com			Zamedia.rs	

ЛОКАЛНИ МЕДИЈИ

ТВ	ВОЈВОДИНА	ЦЕНТРАЛНА СРБИЈА	ЈУГ И ИСТОК СРБИЈЕ
	РТВ Војводина	РТВ Крагујевац	Belle Amie
	ТВ Мост	РТВ Краљево	Коперникус
	ТВ Панонија	Краљевачка ТВ	ТВ Зона плус
	Новосадска ТВ	РТВ Мелос	ТВ Лесковац
	РТВ Уи Есо	ВА плус	Нишка телевизија
	РТВ Зрењанин	ГЕМ телевизија	РТВ Пирот
	ТВ Суботица	РТВ Шумадија	ТВ Пи канал
	ТВ Сантос Зрењанин	РТВ Сунце	Тимочка ТВ
	РТВ Панчево	РТВ Маг	ТВ Исток
	Сремска ТВ	ТВ 5	
	РТВ Зрењанин	ТВ Палма плус	

СПЕЦИЈАЛИЗОВАНЕ ЕМИСИЈЕ И КАНАЛИ

Бразде, РТВ

Пољопривредна емисија са традицијом, која је присутна од 1975. године. Кроз записе са терена, уз учешће компетентних гостију, уживо из студија РТВ-а, на аналитичан начин обрађује актуелне теме. У емисији се могу чути ставови од произвођача до академика, похвале, критике, сазнања... Емитује се наизменично са Агромозаиком, сваке друге недеље на РТВ1, од 10 сати.

Знање имање, РТС

Емисија је посвећена различитим темама „на путу од њиве до трпезе“ – од задржавања младих и давања подршке женским лицима у агробизнису, до преплитања интереса малих и великих произвођача и улоге државе у томе. Емитује се недељом у 11 сати на Првом програму РТС-а.

Пољопривредно добро, Радио Нови Сад

Једна од најстаријих емисија РНС, која прати пољопривредна достигнућа и новости. Емисија траје 60 минута, а слушаоце очекују савети признатих стручњака из области аграра с којима се разговара о новим законима и уредбама, агрономским питањима, од земљишта до свих грана пољопривредне производње. Емитује се недељом од 8 до 9 часова.

Агроаргументи, радио Нови Сад

У емисији која је на програму сваке среде од 16:10 говори се о новим технологијама, стандардима, агроекономији, руралном развоју, пројектима, инвестицијама, предузетништву, биљној производњи и сточарству.

СПЕЦИЈАЛИЗОВАНЕ ЕМИСИЈЕ И КАНАЛИ

Плодови, ТВ Прва

Популарна емисија која се бави актуелним пољопривредним темама међу којима су рецептуре, савети, информације, примери добре праксе. Аутор емисије је Зоран Максимовић.

Агро ТВ

Агро ТВ је канал је посвећен најактуелнијим питањима и стручним саветима из области агрикултуре, хортикултуре, сточарства и екологије. Телевизија Агро ТВ, која свој програм емитује у оквиру медијске куће „Arena Channels Group” покренута је са јасним циљем и идејом да се пољопривредницима у нашој земљи на дневном нивоу пружи јасне и садржајне информације на актуелне теме. Реч је о једином и јединственом телевизијском програму који је 365 дана у години посвећен пољопривреди.

Емисија Добра земља

Најгледанија емисија о пољопривреди на свим каналима. Емисија се емитује на ТВ Хепи и ТВ Агро. Аутор емисије је Урош Давидовић, доказани новинар и водитељ.

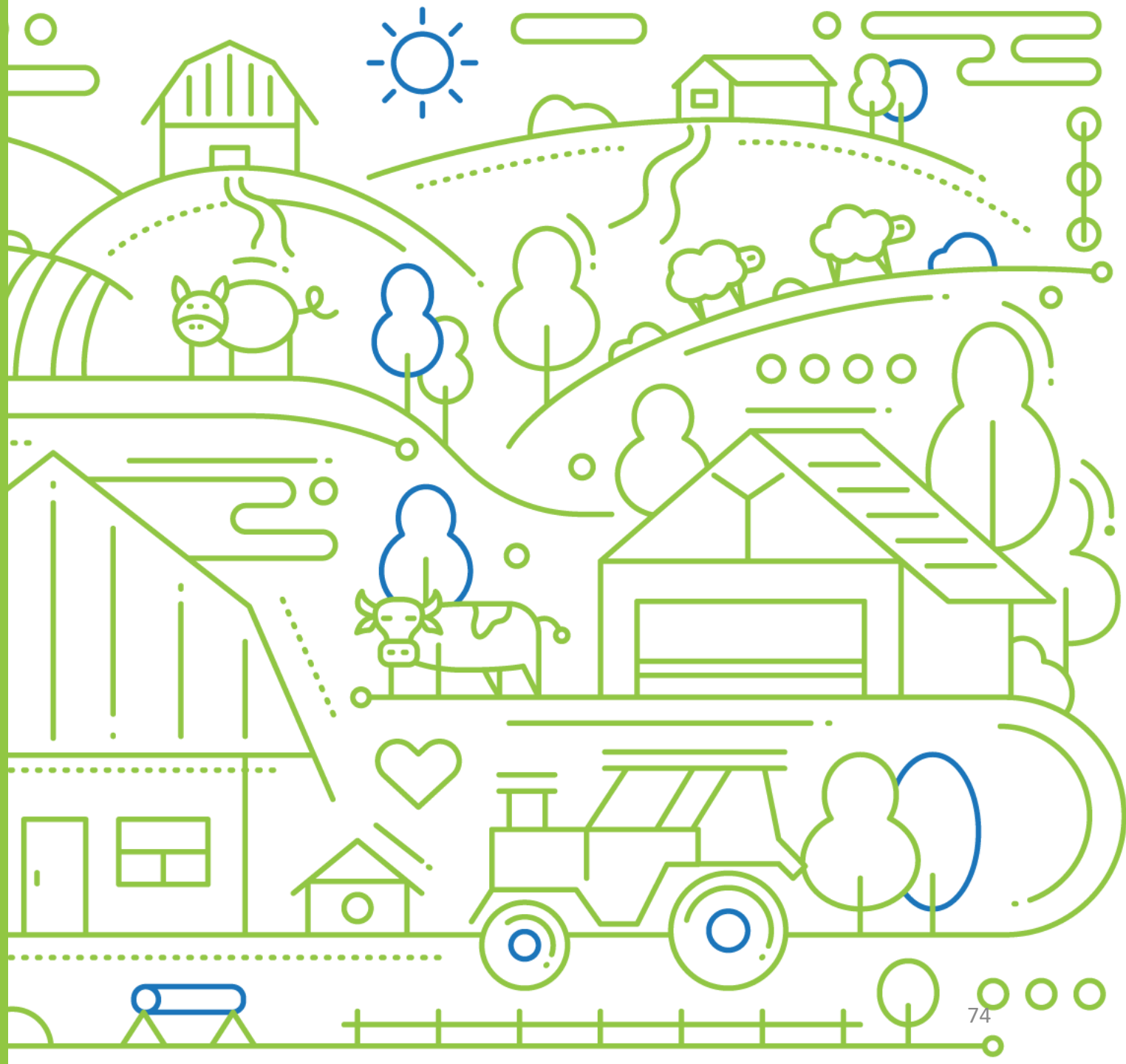


COMMUNICATION STRATEGY

August 2022 – December 2024

The Serbia Competitive Agriculture Project (SCAP)

The project is implemented by the
Ministry of Agriculture, Forestry and
Water Management with the
support of the World Bank





CONTENT

Understanding:

Research and analysis

78-95

Defining:

Strategic direction

96-104

Realization:

Tactical implementation

105-123

Timeline

123-124

Media landscape

126-146

ABOUT PROJECT

In cooperation with the World Bank in 2020, the Ministry of Agriculture, Forestry and Water Management started the implementation of **the Serbia Competitive Agriculture Project (SCAP)**, which will last until 2024.

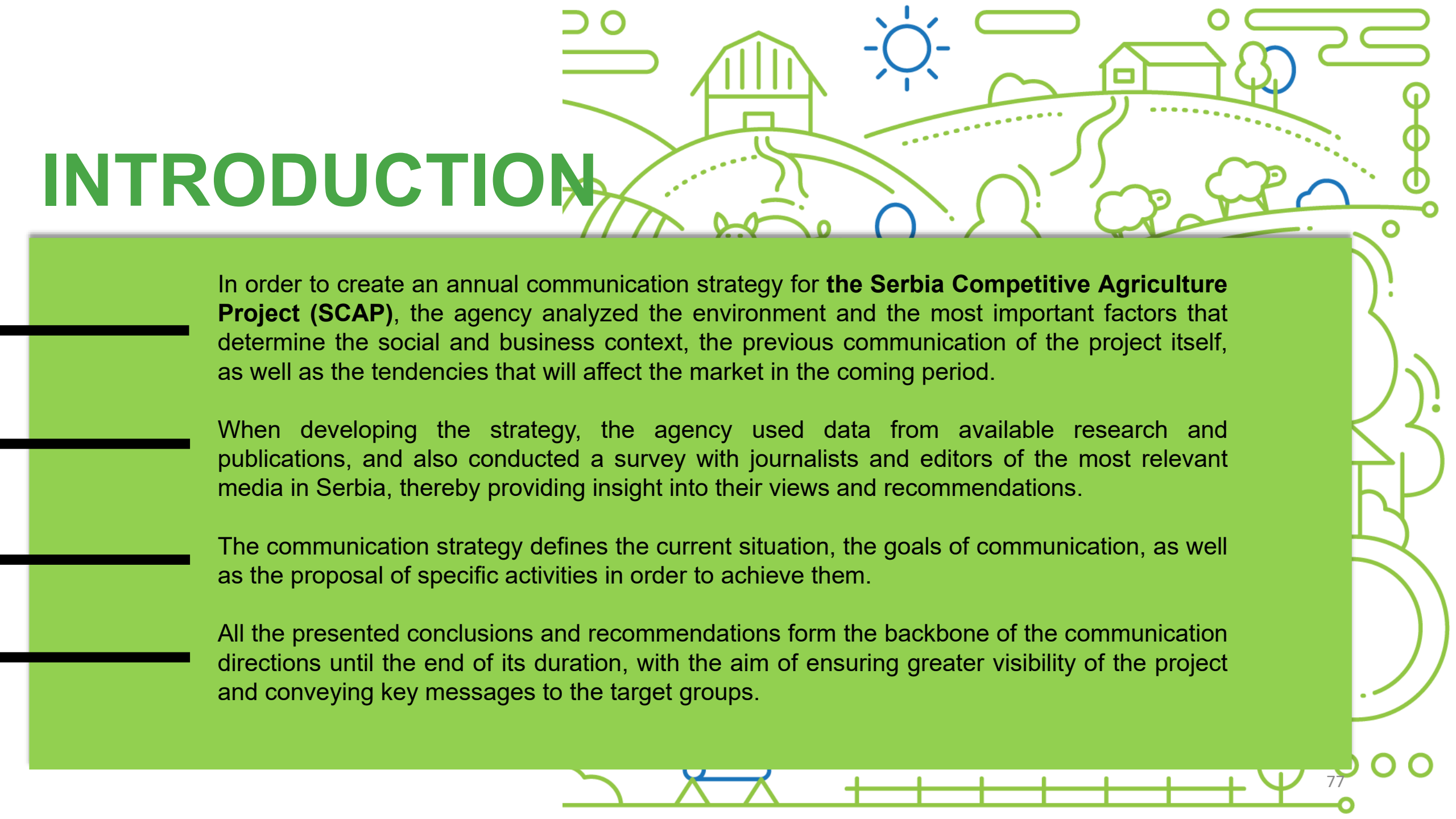
The value of the project is **50 million dollars**, and 38 million dollars are available to farmers through grants that enable beneficiaries (micro, small and medium producers and companies) to obtain funds for the implementation of projects that will improve the agricultural production of farms and participate in the **development of the competitiveness of agriculture in Serbia**.

The new financing model, known as **50:40:10**, involves receiving grants in the amount of 50 percent of the investment value and 40 percent of credit financing with only 10 percent of own participation.

The goal is to empower micro, small and medium-sized agricultural producers and companies, and the focus is on **vulnerable groups** in the agricultural sector in Serbia, such as **women, youth and producers in vulnerable areas**.



INTRODUCTION



In order to create an annual communication strategy for **the Serbia Competitive Agriculture Project (SCAP)**, the agency analyzed the environment and the most important factors that determine the social and business context, the previous communication of the project itself, as well as the tendencies that will affect the market in the coming period.

When developing the strategy, the agency used data from available research and publications, and also conducted a survey with journalists and editors of the most relevant media in Serbia, thereby providing insight into their views and recommendations.

The communication strategy defines the current situation, the goals of communication, as well as the proposal of specific activities in order to achieve them.

All the presented conclusions and recommendations form the backbone of the communication directions until the end of its duration, with the aim of ensuring greater visibility of the project and conveying key messages to the target groups.

UNDERSTANDING

Research and analysis



CHALLENGES IN 2021 AND 2022

Elections for the National Assembly, for Belgrade and for the President of the Republic, the war in Ukraine and inflation marked the first half of 2022.

The Government of Serbia is being formed in complex geopolitical circumstances. New minister of agriculture is Jelena Tanasković.

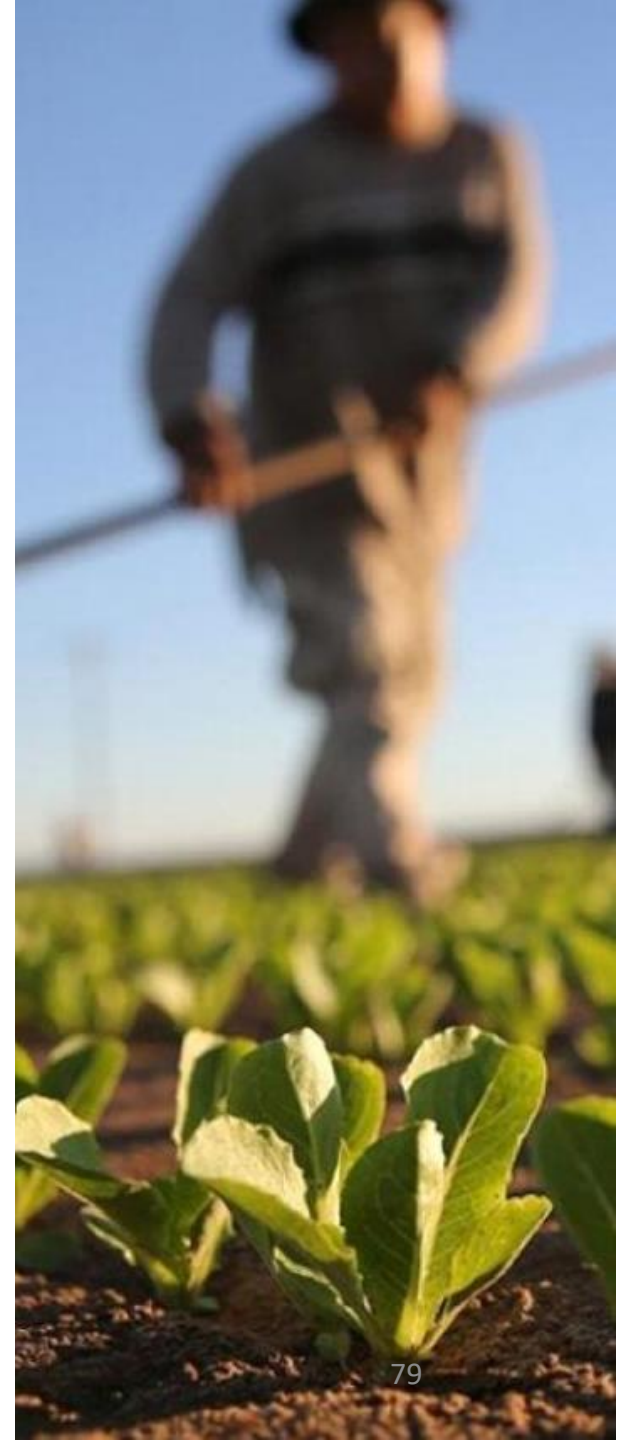
The war in Ukraine is still ongoing, as is the **global food and energy crisis**, and experts warn of a global recession.

The **dissatisfaction of agricultural producers** culminated in early August, when farmers **blocked** several cities in Serbia every day.

The **agricultural machinery** industry is facing an increase in the prices of parts, especially due to the difficult distribution and production of parts (microchips). There has been a shortage of microchips on the world market for some time, which started due to the interruption of the chip factory due to the pandemic and is now further aggravated by the escalation of the conflict in Ukraine. All this affects the increase in the price of machinery.

Due to the current situation on the energy market, **agricultural producers received twice the amount of financial aid this year** - in addition to the usual subsidies, 313 000 farms have received EUR 125 million in aid, which increased support by 100 percent.

The **aggression against Ukraine also affected Serbian agriculture** - our country is stockpiling, freezing prices and introducing trade restrictions





AGRICULTURE IN SERBIA



A SHORT PORTRAIT

- Relatively high participation in **GDP** and in **total employment** make this sector important for the Serbian economy.
- Today, there are about **550,000 farms** in Serbia, of which the largest part of high-quality land is located in Vojvodina.
- The number of employees in agriculture and the food industry increased, as well as participation in total employment.
- The foreign trade exchange of agriculture and the food industry of Serbia increased during the nine months of 2021 by 14.5 percent compared to the same period in 2020.
- In recent years, more and more young people and women are starting to engage in agriculture, so it is no longer reserved for the elderly population.



AGRICULTURE IN FIGURES

569,310 is the number of farms in the Republic of Serbia, 2018.

4.5 ha

is the average size of arable land and garden by farm

The Central Banat region leads with 14.7 ha per farm

217,682 farms

use up to 2 ha of agricultural land

8 out of 10 farms

is engaged in cattle breeding

3,476,788 ha

is the area of the used agricultural land of the farm
The highest growth was recorded in Southern and Eastern Serbia

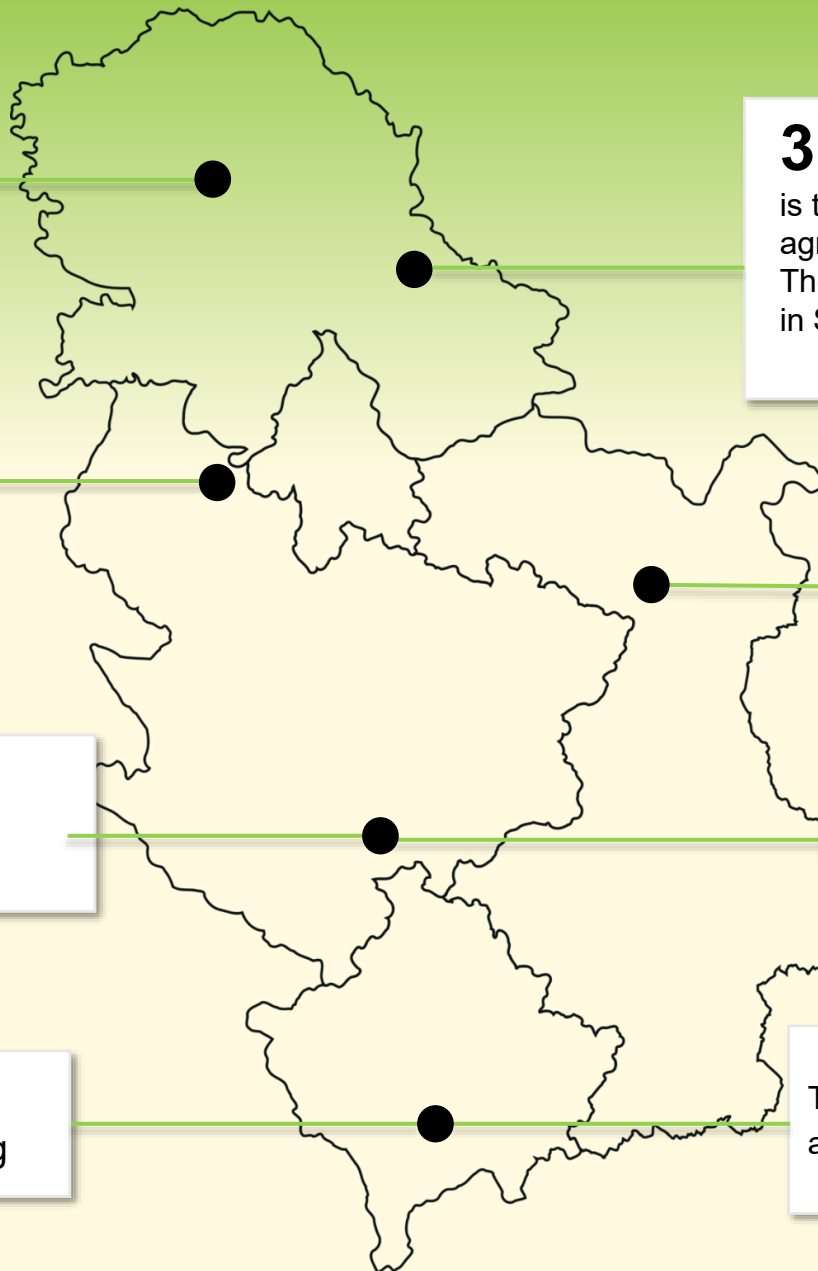
Average age of the farm owner is

61 years old

Every 14th head of household is younger

than **40 years**

The youngest owners of farms - **14,138** are located in Šumadija and Western Serbia.



PICTURE OF A FARMER

Reduction of the rural population

The biggest decline was recorded in Southern and Eastern Serbia

Only large manufacturers developed,
while the small ones engage in agriculture just to survive

Unfavorable age structure of the population

In the next 15 years, every fourth village in Serbia will disappear

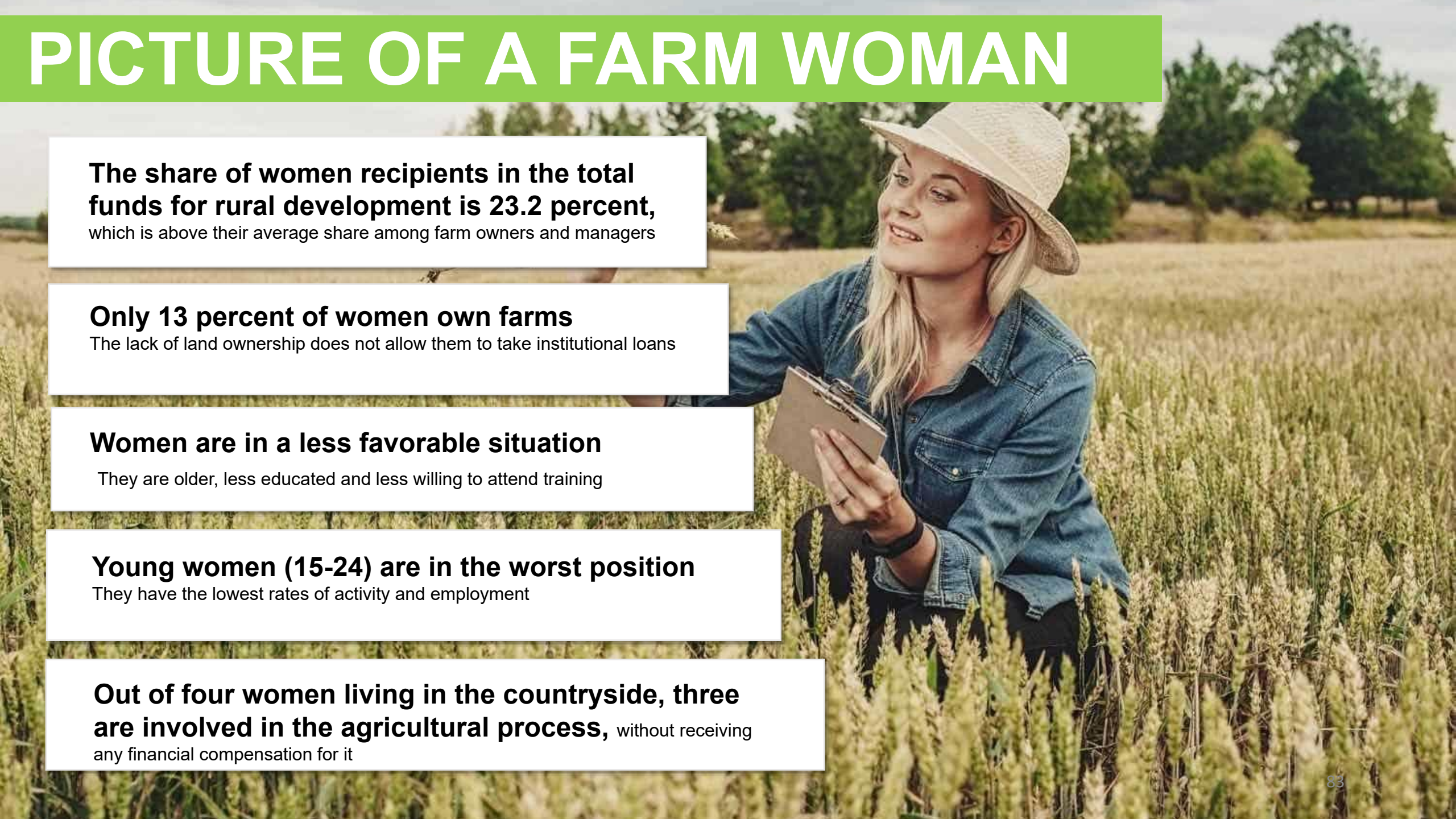
The industry's biggest problem: outdated technology, insufficient application of innovation and too low incentives

The largest percentage of farmers do not have high or higher education

They have practical experience - 45.2 percent have a high school, only six percent have a college or university, and 0.2 percent have only an agricultural course



PICTURE OF A FARM WOMAN

A woman with blonde hair, wearing a straw hat and a blue denim shirt, is standing in a field of tall, golden-brown grain. She is holding a clipboard and looking off to the side with a slight smile. The background shows a line of trees under a clear sky.

The share of women recipients in the total funds for rural development is 23.2 percent, which is above their average share among farm owners and managers

Only 13 percent of women own farms
The lack of land ownership does not allow them to take institutional loans

Women are in a less favorable situation
They are older, less educated and less willing to attend training

Young women (15-24) are in the worst position
They have the lowest rates of activity and employment

Out of four women living in the countryside, three are involved in the agricultural process, without receiving any financial compensation for it

ONGOING TOPICS IN THE SECTOR

Farmers continuously strive to improve the conditions in which they engage in this activity. The most current demands they have towards the state are:

1

Abolition of excise tax on fuel for registered agricultural holdings

2

Higher subsidies per hectare

3

Regular and quick payment of subsidies, both future and arrears

4

Sunflower purchase prices (to be higher than 90 dinars per kilogram of sunflower seeds)

5

Reduction of trading margin

AGRICULTURE AND THE MEDIA IN SERBIA

There are many factors that can affect the success of project communication. However, knowledge of the media image, a clear insight into topics that are more interesting to the media, as well as an idea of how to inform our target group, are of crucial importance for the preparation of PR activities and an effective communication plan.



MEDIA AND AGRICULTURE

The most common sources of information are television and portals

There are four specialized magazines: Poljoprivrednik - specialized paper for the village / Agrobiznis magazin / Jutro / ePoljo magazin (only digital edition available)

Growth in the number of portals dealing with agriculture and reduction in the number of magazine supplements in printed editions and specialized magazines

Close to 70 journalists specialized in agriculture

Daily newspapers report on agriculture almost every day, most often under sections such as economy

MOST COMMON TOPICS

1

SUBSIDIES

2

SITUATION IN THE THE INDUSTRY

3

PRODUCT PRICES

The screenshot displays two news articles. The top article, from 'Telegraf BIZNIS', is titled 'Stiže pomoć za poljoprivrednike: Vlada odobrila subvencije od 53 milijarde dinara' (Help for farmers: Government approved subsidies of 53 billion dinars). It mentions that new subsidy models will be introduced. The bottom article, from 'Danas', is titled 'Poljoprivrednici Zapadne Srbije: Situacija u poljoprivredi nikad lošija' (Farmers in Western Serbia: Situation in agriculture never worse). It includes a sub-header 'Cvijanović: Sramno niske cene poljoprivrednih proizvoda, nemamo pomoć države' (Cvijanović: Shamefully low prices of agricultural products, we have no state help). The article text mentions that the Ministry of Agriculture has issued a public call for applications for new tractors, starting tomorrow. The article is dated 16.02.2022. 08:00 and has 87 comments.

Telegraf
BIZNIS

Info IT Biz Agro Karijera Nekretnine Novčanik Bizcast

Stiže pomoć za poljoprivrednike: Vlada odobrila subvencije od 53 milijarde dinara

Biće uvedeni i neki novi modeli subvencionisanja

Danas

☰ Najnovije Vesti Na lokalu Dijalog Svet Ljudi Kultura City Magazine Sport Život BBC

■ EKONOMIJA |

Poljoprivrednici Zapadne Srbije: Situacija u poljoprivredi nikad lošija

N1 SRB ENG NAJNOVIJE RAT U UKRAJINI VESTI BIZNIS SVET SPORT KLUB N1 SPECIJAL ...

Cvijanović: Sramno niske cene poljoprivrednih proizvoda, nemamo pomoć države

Cvijanović: Sramno niske cene poljoprivrednih proizvoda,

Ministarstvo poljoprivrede raspisalo javni poziv

Sutra počinju prijave: Ko ima pravo na novi traktor?

Lj. B.
16.02.2022. 08:00

1 komentara 87

f t g

MOST COMMON TOPICS

4

EXPORT OF PRODUCTS

U PROŠLOJ GODINI ZABELEŽEN RAST OD 20 ODSTO

Srpska poljoprivreda ostvarila izvoz od pet milijardi dolara, najtraženije voće i povrće

AGROBIZNIS BIZNIS POSLOVANJE SRBIJA VESTI

9.2.2022 10:46 Autor: Stanislav Stanišić 29

5

CRISIS IN UKRAINE

BLIC • BIZNIS • PRIVREDA I FINANSIJE

"OVO JE MEGA-KRIZA O KOJOJ NIKO NE GOVORI" Rat Rusije i Ukrajine iza sebe ostavlja svetsko tržište hrane u fronclama, globalnom jugu ozbiljno preti GLAD

6

FARMERS' PROTEST

PTC

VESTI RAT U UKRAJINI MAGAZIN OKO SPORT EMISIJE TV RADIO RTS Ostalo ▼

Poljoprivrednici protestuju kod Pokrajinske vlade, sutra sastanak sa premijerkom



HOW DO FARMERS GET INFORMED?

Understanding the habits of farmers when it comes to information, ie. communication channels they use, as well as technological possibilities for access to modern means of information, is necessary for choosing the tools that can achieve the greatest effect.



1

The most common sources of information are television and portals (with an emphasis on specialized and local)

2

A great number of larger farmers have their own agronomist, whom they consider the most reliable source of information

3

More and more farmers join Facebook groups: they mostly use them to find solutions in production

5

59.8 percent of households in rural areas have access to the Internet: they mostly use it for video calls and text messages

4

Only 60 percent of women in rural areas use computers: women practice using social media more often than men

6

Small farmers are most often not informed through social networks due to insufficient expert and unverified information

WHAT DO JOURNALISTS SAY?

Representatives of specialized media and columns, who are also the most knowledgeable in the field of agriculture, presented numerous views and opinions on this topic, which can be divided into two basic categories:

MEDIA MONITORING OF AGRICULTURE

Agricultural portals cover all topics, while daily newspapers deal more with current events and less with some innovative topics. Topics of interest to the media for reporting are the situation with GMOs, farmers' protests, lack of agricultural subsidies.

PROJECT

All surveyed journalists are familiar with the project. In general, they believe that more should be written about it, and also efforts should be made to approach people who are engaged in agriculture. They see room for improvement precisely in the field of project communication and informing the farmers. They suggest organizing seminars and lectures for applicants.

PROJECT COMMUNICATION *IN THE MEDIA*



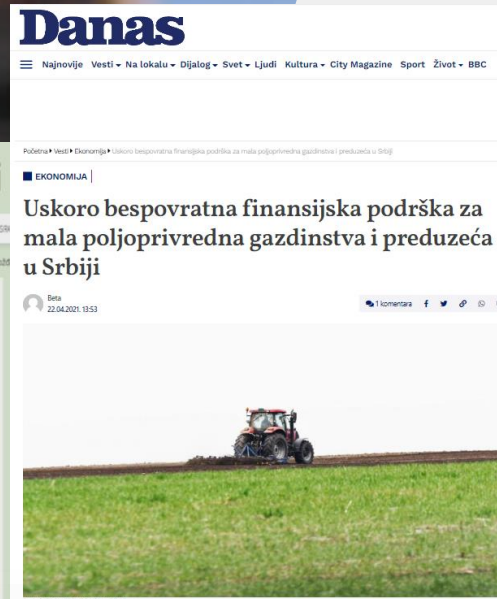
Phase I

until the end of 2021.

Communication focus: project purpose, conditions, funding and calls for applications

Main communicator: Radivoj Nadlački, former project coordinator

Key communication channels: TV appearances (RTS morning program, RTV, local TV stations), announcements on Tanjug, as well as on leading portals (blic.rs, rts.rs, pink.rs), as well as on other local and portals specialized in agriculture



Phase II

from the beginning of 2022.

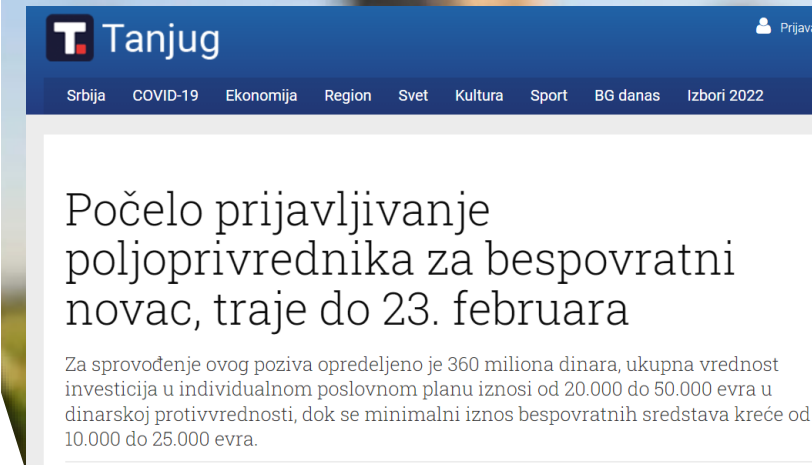
Communication focus: beginning of the second phase of registration, invitation to participants and publication of the ranking list

Main communicators: Marko Kesić, acting director of the Directorate for Agrarian Payments of the Ministry of Agriculture

The news about the second phase was reported by Tanjug and numerous portals, including blic.rs and novosti.rs, as well as other local and portals specialized in agriculture.



Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede – Uprava za agrarna plaćanja raspisalo je Drugi javni poziv za podnošenje prijave za utvrđivanje prava na korišćenje bespovratnih sredstava u okviru Projekta za konkurentnu poljoprivredu Srbije u 2022. godini.



MAIN CONCLUSIONS

1

Specialized journalists familiar with the Project, but it is insufficiently present in the media

2

Events such as seminars and lectures are effective but underutilized communication tool

3

The Project's communication so far has focused almost exclusively on announcements of new application phases

4

The main source of information for farmers: TV and portals

5

Facebook groups are an increasingly popular source of information, although only 60 percent of the rural population has computers

DEFINING

Strategic direction



COMMUNICATION GOALS

1

Informing potential users about the Project and the opportunities it offers

2

Presenting the results of the Project and positive effects on domestic agriculture

3

Strengthening awareness of the Project and the role of the World Bank among all target groups

4

Emphasizing the role of the Project for the development of entrepreneurship in domestic agriculture

TARGET GROUPS

PRIMARY

1

USERS
current and
potential

2

ASSOCIATIONS OF
FARMERS

3

Authorities
public and local

4

MEDIA
mainstream and
specialized

5

WOMEN'S
ASSOCIATIONS
in rural areas

6

Agricultural
Advisory Services
and the Agency for
Rural and Regional
Development



TARGET GROUPS

SECONDARY

1

GENERAL
PUBLIC

2

BANKING
SECTOR

3

FACULTIES AND
EDUCATIONAL
INSTITUTIONS
(KZM - youth
offices)

KEY MESSAGES

1

With a new and attractive financing model, the Project provides support to agricultural producers who want to improve and develop their capacities.

- ***Empowering our farmers***
- ***Competitive agriculture – to improve the capacities of agricultural producers***
- ***A new financing model according to agriculturists needs***

2

By supporting small and medium-sized enterprises, the Project strengthens the competitiveness of the entire agriculture in Serbia.

- ***Empowering Serbia's agriculture***
- ***By supporting small and medium – sized enterprises to achieveing great results***
- ***Competitive agriculture – for greater support for small and medium-sized enterprises***

KEY MESSAGES

3

The project enables the introduction of new and modern technologies, as well as a sustainable approach to the environment.

- ***Innovations and concern for environmental protection to competitive agriculture***
- ***Competitive agriculture – For a sustainable approach to the environment***
- ***We combine innovation and care for the environment***

4

The focus of the Project is on vulnerable groups in the agricultural sector in Serbia, such as women and young agricultural producers in vulnerable areas.

- ***Competitive agriculture – for greater support for women, young agricultural producers and farmers in vulnerable areas***
- ***Without women farmers, there is no competitive agriculture***
- ***Young farmers for the future of the entire agriculture***
- ***Even the smallest farmers are big players in creating competitive agriculture***

KEY MESSAGES

5

The project is implemented according to ecological and social principles

- ***Competitive agriculture – for respecting ecological and social principles***
- ***Improving agriculture while taking care of all farmers and the environment***
- ***We support our farmers who also care about the environment***

6

The project of competitive agriculture in Serbia, worth 50 million dollars, is implemented by the Ministry of Agriculture, Forestry and Water Management, with the financial support of the World Bank.

COMMUNICATION CHANNELS

MEDIA

National, local and specialized media (online, print, TV)

BTL

Seminars, lectures, workshops, round tables

DIGITAL PROJECT CHANNELS

[Website](#), social networks, newsletter, application

DIGITAL PARTNER CHANNELS

Website, social networks, newsletters

SOCIAL MEDIA

Instagram and Facebook groups that bring farmers together

PROMOTIONAL MATERIALS

Leaflets, brochures, factsheet



PROJECT COMMUNICATORS



Project coordinator and
project team members



Representatives of
institutions, partners of the
Project

REALIZATION

Tactical implementation





COOPERATION WITH THE MEDIA

Working breakfast



WHAT?

Organizing a working breakfast of representatives of the Competitive Agriculture project and the Administration for Agrarian Payments with editors and journalists. The occasion for this event can be the communication of past results, as well as the publication of dynamics and plans for the next period, on the basis of which articles can be placed and guest appearances in the media can be arranged.

WHO?

Journalists and editors who have followed the Project so far, as well as those who are important for future reporting on it, such as journalists who follow agriculture in the national media, as well as those from specialized media reporting on agriculture.

WHY?

The goal of this event is to build relations with the media, which will regularly report on the Project, as well as getting to know it more closely. It is important to educate journalists and editors about the Competitive Agriculture project and its importance, as well as to support it with good examples. This is especially important if similar gatherings with media representatives have not been organized so far.

WHAT?

Organizing a round table where would a group of experts (representatives of the Project, the World Bank, the competent ministry, partners) talk to journalists about interesting topics which have strategic importance- for example, the role of women in agricultural transformation, the "rejuvenation" of agriculture, the importance of an ecological approach in agriculture.

WHERE?

We organize this event every year in a different city/region in order to avoid centralization and educate as many local media as possible. As the analysis showed that the biggest decline in the rural population was recorded in southern and eastern Serbia, it is precisely in this part of the country that the first-round table can be held.

WHY?

The goal of a gathering is for experts to thoroughly inform journalists about concepts that are new in Serbian agriculture, and which the Project deals with. At the same time, journalists have the opportunity to ask questions, clear up doubts and collect useful material on the spot. By thoroughly informing the media, we provide them with material for creating quality articles that will enable us to have a larger number of registered candidates from vulnerable groups (women, young people, producers in vulnerable areas).



ROUND TABLE

*for local media
representatives*



PRESS RELEASES

WHAT?

Creation and distribution of press releases regarding key moments in the implementation of the Project.

WHY?

With a proactive approach, we want to achieve greater visibility of the Project and timely inform media representatives and among potential users of the funds.

WHO?

The communication carriers are representatives of the Competitive Agriculture Project of Serbia and the Administration for Agrarian Payments.

HOW?

By creating and sending quality and informative materials to a wider list of media.
Suggested topics:

20 MILLION DINARS FOR SUPPORT TO FARMERS A new public call has been opened within the "Competitive Agriculture" project

UP TO 20 APPLICATIONS IN 2022 Within the framework of the "Competitive Agriculture" project, XX million grants were awarded

NATIVE ARTICLES

WHAT?

Detecting current and interesting topics, as well as significant reasons for writing articles in which all the key messages of the Project would be highlighted. Articles would be sent to certain media lists - national, specialized, local.

WHY?

In accordance with the analysis that showed that the portals represent one of the basic sources of information for farmers, we want to create quality articles that will inform and educate them about the Project - and especially the target groups of the project (women and young people, agricultural producers in vulnerable areas) At the same time, we increase the visibility of the Project in the general public.

HOW?

By timely writing and distributing articles on topics such as the following:

50:40:10 What exactly does the new model of financing farmers mean and how to get grants

FOUR STEPS TO GRANTS All about the latest public call for farmers

INTERNATIONAL DAY OF RURAL WOMEN How a new model of financing farmers improves the position of women in rural areas

WHO?

The communication carriers are representatives of the Competitive Agriculture Project of Serbia and the Administration for Agrarian Payments.

INTERVIEWS

WHAT?

Thematic interviews in influential media - national, specialized and local.

WHY?

The analysis of previous media announcements related to the project showed that the announcement of the project and the first public invitation had the highest visibility, when the purpose of the Project and its details were explained. Accordingly, the idea is to publish thematic interviews to remind the importance of the Project, to highlight the results so far, as well as to attract new people who would apply.

HOW?

Conducting an interview with representatives of the Project, as well as a comparative interview with a representative of the Project and the beneficiary of the funds. Examples of topics:

Milan Stevanović on the Competitive Agriculture project worth 38 million dollars: Priority is given to women, young people and people from poorer municipalities (agroinfo.rs, agrokлуб.rs)

ALL ABOUT COMPETITIVE AGRICULTURE The representative and beneficiary of the project gives useful advice to all those interested in GRANTS (Poljoprivrednik magazine)

WHAT?

Publication of author's articles in which the Project is placed in a wider context and highlights its long-term importance.

WHY?

The author's articles represent an adequate form to emphasize the wider significance of the Project, because they provide the author with adequate space and freedom to convey the desired messages

HOW?

By publishing articles in which the representatives of the Competitive Agriculture project as experts provide an insight into all the benefits of its implementation, at the same time communicating all the key messages.

AUTHOR'S ARTICLES

EXAMPLES OF TOPICS

- **Project coordinator: "With the new financing model, we are empowering agricultural producers and companies and improving competitiveness"**(Telegraf biznis column)
- **Project coordinator on the project of the Ministry of Agriculture and the World Bank: "Farmers receive grants, but also support and knowledge"**(regional pages of the daily newspaper Novosti)
- **FROM TRADITIONAL TO SUSTAINABLE AGRICULTURE** project coordinator on the Ministry of Agriculture and the World Bank project and the transformation it encourages(Agrobiznis magazine)

VIDEO TESTIMONIALS



EXAMPLE OF THE TOPIC

"IN ONE YEAR WE DOUBLE THE PROFIT" Family XX
from XX about all the advantages of COMPETITIVE
AGRICULTURE

WHAT?

We introduce the public to the complete process from applying to receiving and using funds by publishing stories, i.e., video testimonials of farmers who participated in previous public calls.

WHY?

In this way, through the testimonies of satisfied farmers, we illustrate the entire process that needs to be gone through. Testimonials, that is, warm human stories, serve to highlight the importance of the Project, to attract new applicants and at the same time contribute to the transparency and promotion of the Project.

WHERE?

We publish video formats/testimonials on our own communication channels and at the same time promoting them in media publications (create PR texts and native within which the testimonials will be linked). When it comes to own channels, on the competitive Agriculture website, we are creating a special section called "Farmerova priča", where we gather all these stories in one place. In this way, we make them available to all interested parties, and at the same time, they can be easily and simply shared from the site on social networks - especially on Instagram as an important channel for publishing video content.

HOW?

By creating short and effective formats that convey the stories of our users and include key messages. Positive stories and examples represent the greatest confirmation of the success of the Project, as well as the most significant recommendation to potential applicants.

VIDEO TESTIMONIALS



WHAT?

Participation of Project representatives as well as beneficiaries of funds in podcasts dedicated to economic and agricultural topics.

WHY?

Podcast, as an increasingly popular form, provides a thorough approach to a certain topic through a pleasant conversation.

The special advantages are that it can be downloaded and listened anytime, and that it does not require as much internet as watching videos, which can be important for people living in rural areas.

HOW?

By selecting adequate podcasts that will allow us to reach the desired audience and send key messages.
Suggestions:

- [Agrosmart](#)
- [National geographic](#)
- [Pop economy](#)

PODCAST



PARTICIPATION IN EVENTS

WHAT?

Presentation of the Project at relevant conferences, panels and discussions, national and local.

WHY?

The goal is to improve the visibility of the Project and to present all important elements and necessary steps to interested parties. By participating in local gatherings and fairs, we directly approach farmers from that part of Serbia and make all information more accessible to them on the spot..

Based on data from previous competitions, we specifically target regions and places from which we had the fewest applicants and organize events (lectures, promotion, socializing) in them. We promote participation in events on our own channels and in the media.

WHO?

Representatives of the Competitive Agriculture Project of Serbia, with the presence of representatives of the Administration for Agrarian Payments.

EVENT PROPOSAL



1

The International Agricultural Fair in Novi Sad is one of the largest in Europe in the field of agriculture, next year the jubilee 90th time will be held

2

AgroBelgrade International Fruit growing, Vegetable growing and Viticulture Fair (January 26-28, 2023)

3

Šumadija fair, Kragujevac – From September 11 to 18, 2022, the traditional and most visited manifestation at the Šumadija Fair, which gathers numerous exhibitors from the field of agriculture, will be held

4

Smaller local fairs and gatherings - The first **international agricultural fair "Bogatić 2022"** was held this year, which the organizers said they hope will become traditional. There is also the Srem Agricultural Fair "Agrosirm" - a manifestation of agricultural machinery and equipment in Sremska Mitrovica



SEMINARS AND WORKSHOPS

for employees in advisory and municipal services



WHAT?

Seminars and workshops for employees in advisory and municipal services whose work is related to agriculture. Employees of advisory and municipal services (Secretariats related to the field of agriculture) are in daily contact with farmers - potential beneficiaries of the Project.

WHY?

The aim of the seminar is to educate employees in the services that cooperate with farmers about all the details of the Project and aspects of application so that they can convey detailed information to the users.

In addition, advisory and municipal services in their offices should have promotional material related to the Project, which will be available to interested parties. They will also receive feedback from potential users (to what extent they are informed about the Project), all for the purpose of strengthening the promotional campaign.

WHAT?

Organizing guest lectures by representatives of the Project and the Administration for Agrarian Payments at agricultural faculties in Serbia.

WHY?

The goal is to educate young people, that is, students, about the importance of the concept of competitive agriculture and introduce them to all the details of the Project and the application process.

This is especially significant considering that as agricultural students they are potential beneficiaries of funds and promoters of the Project - among them are those who come from rural areas and whose families are engaged in agriculture, as well as those who would like to start their own production.

FACULTIES:

1. Faculty of Agriculture in Belgrade
2. Faculty of Agriculture Kruševac
3. Faculty of Agriculture, Novi Sad
4. Faculty of Agriculture Čačak

COOPERATION WITH FACULTIES

LEAFLETS, BROCHURES and FACTSHEET

Leaflets, brochures and factsheets are a simple way of providing information to potential users and the general public about the role and contribution of the Project . They provide basic information, such as target groups, time frame, planned measures, amount of support, important contacts, but also any other relevant information.

BROCHURE/MANUAL

The main goal is to briefly and concisely present the Project and present the basic information graphically in simple language. The brochure is used when it is necessary to inform as many people as possible at the same time, but it also serves as accompanying material at various events. The brochure would be distributed in advisory and municipal services, at round tables, and other events, and would be posted on the Project's official website.

LEAFLET

A companion tool to other activities aimed at attracting attention, announcing an event and conveying a message. It is usually printed on a single sheet and contains only basic information, unlike a brochure which is more extensive. Leaflets, for example, can be used to announce new competitions in places where farmers are informed and gathered.

FACTSHEET

A document that on one side contains key information about the Project - who is implementing it and with what goal, what is the method of financing, who are the potential beneficiaries of the funds, how many public invitations and applications were there in previous tenders, and the like. The data are short, clear and transparent, and the document can be bilingual - on Serbian and English. The factsheet is a useful means of informing all interested parties

WHAT?

Research shows that about 74 percent of farmers actively use social media (Source: *National gender profile of agriculture and rural livelihoods – Serbia, FAO, 2021*). Also, the experience of the Regional Development Agency „Jug“ confirms that farmers follow social media more than websites, and they use Facebook to inform farmers. They have about 1,200 followers, of whom there are more women than men.

All this indicates that the potential of one's own communication channels should be used, through updating existing and creating new accounts, on which informative, educational and interesting content would be regularly published.

WHY?

Through the improvement of our own channels and their regular updating, we increase the visibility of the Project and improve its image in the public, making information more accessible.

IMPROVEMENT OF OWN CHANNELS

CHANNELS

1

WEBSITE/ The Project's website should represent a credible source of information not only for farmers, but also for media representatives, which is why it should be refreshed with new information and content and regularly updated.

2

APPLICATION/ Updating the application with new information and contents

3

SOCIAL MEDIA / Establishing Facebook and Instagram pages and using them for information and communication with target groups, especially women and young people

4

YOUTUBE CHANNEL/ Refreshing the channel with new video formats and using it for publishing user testimonials, as well as for publishing video material from the event

5

NEWSLETTER/ In order to regularly inform stakeholders about the Project, we suggest preparing and sending a newsletter periodically, in accordance with the dynamics of the competition

WHAT?

Promotion of the Administration for Agrarian Payments, which has a significant role in the implementation of the Project as the first specialized institution that exclusively deals with subsidies in agriculture.

WHY?

The goal is to inform the public about the work, role and importance of the Administration for Agrarian Payments. By improving the image of the Administration, we also contribute to the transparency and visibility of the project itself.

HOW?

- Joint TV appearances by representatives of the Project and the Administration
- Creation of native articles - topic suggestion: **A DAY IN THE ADMINISTRATION FOR AGRARIAN PAYMENTS "We process XX requests every day, mostly from this part of Serbia,,**
- Presence of representatives of the Administration at events, fairs, conferences, also attended by representatives of the Project
- Promotion of the Administration on the channels of the Project

PROMOTION OF THE ADMINISTRATION FOR AGRARIAN PAYMENTS

FINAL CONFERENCE

WHAT?

Organizing the final conference of representatives of the Competitive Agriculture of Serbia project and the Administration for Agrarian Payments, where all the results so far would be summarized. The goal of the conference would be to provide detailed information to the participants and the general public about the previous program and the results achieved through the implementation of the project activities supported by the World Bank under the previous financial perspective.

WHO?

The participants of the conference would be representatives of the World Bank, project coordinators and members of the project team, representatives of institutions, partners of the Project. Invitations to attend. Final conference would be for the representatives of relevant institutions, municipalities in the program area, project beneficiaries, potential applicants, non-governmental organizations and the media.

WHY?

The purpose of this final conference would be to present the impact of the program to the general public realized in the community of the program area, with the aim of improving the quality of life and ensuring successful stories of implemented projects and promoting good cross-border cooperation between beneficiaries within the project and the financial support of the World Bank.

TIMELINE (tba)

ACTIVITIES	October '22	November '22	December '22	January '23	February '23	March '23	April '23	May '23	Jun '23	July '23	August '23
Working breakfast											
Round table											
Press releases											
Native articles											
Interviews											
Video testimonials											
Participation in events											
Seminars and workshops											
Leaflets, brochures											
Improvement of own channels											
Promotion of the Administration for Agrarian Payments											

TIMELINE (tba)

[illegible]

MEDIA LANDSCAPE

An overview of the media scene in Serbia



THE MOST INFLUENTIAL JOURNALISTS WHO FOLLOW AGRICULTURE



Aleksandra Bundalo

The editor of RTV Vojvodina, and the presenter of the show with a long tradition, Brazde, which has been broadcast on this program since 1975.

She graduated at the Faculty of Agriculture with a degree in plant protection and a master's degree in organic agriculture. In her show, which she has been hosting since 2004, she talks to her interlocutors about current topics in agriculture. In addition to this show, she is also an editor of the daily agricultural shows Agromozaike and Agrodan, which alternate with the Brazde show.



Jelena Subin

Deputy editor of Večernje novosti and economic journalist, who deals extensively with agricultural topics, economic conditions and the position of farmers, as well as the impact of the situation in this industry on the country's economy.



Julijana Kuzmić

Graduated journalist specialized in agricultural journalism and editor of the agricultural portal Agroklub. Julijana is also a representative of the Network of Young Professionals in Agriculture - YPARD.

THE MOST INFLUENTIAL JOURNALISTS WHO FOLLOW AGRICULTURE



Danijela Nišavić

Journalist with more than 25 years of experience, specialized in covering economic topics. In 2021, she founded the Plodna Zemlja portal, which promotes agriculture and entrepreneurship. For many years, she worked as a journalist for Blic, and wrote for numerous professional portals and won awards for reporting.



Đorđe Simović

A long-time journalist who follows the agricultural sector. On Radio Novi Sad, he edits the shows Poljoprivredno dobro and Agroargumenti, and as a journalist and editor he also works on the portals Agroklub, Agrolist and Poljoprivreda. He is the winner of the "Petar Davidović" journalism award of the Novi Sad Fair for the year 2022.



Andrijana Glišić

The best agricultural journalist in 2019 in Serbia, chosen by the Agroklub editorial board. As a young journalist, she won this acknowledgement, since she wrote more than 240 articles in just half a year. She worked for Tanjug, Novi Sad Television, and currently works as a reporter at Kurir Television.



THE MOST INFLUENTIAL JOURNALISTS WHO FOLLOW AGRICULTURE



Uroš Davidović

An author and the editor of agricultural TV show „Bolja zemlja“. Davidović had been three times proclaimed as the best student at Faculty of Veterinary Medicine. Before finishing his studies, in 2004, he started working as journalist at TV show „Znanje na poklon“. He continues his professional career as an editor and an anchor of TV show „Dobra zemlja“. From 2016, due today, Davidović is an author and an anchor of TV show „Bolja zemlja“



Goran Đaković

Đaković has started his professional career as journalist at RTS when he was on final year at Faculty of Agriculture. Đaković is a member of the Management Board of AGROPRES (Association of Journalists for Agriculture), but he is also a member of the Executive Board of the International Federation of Journalists Covering Agriculture. He is an editor and co-editor of several projects, among which he is pleased to highlight the project of improving the lives of women in the countryside.



NEWS AGENCIES

TANJUG

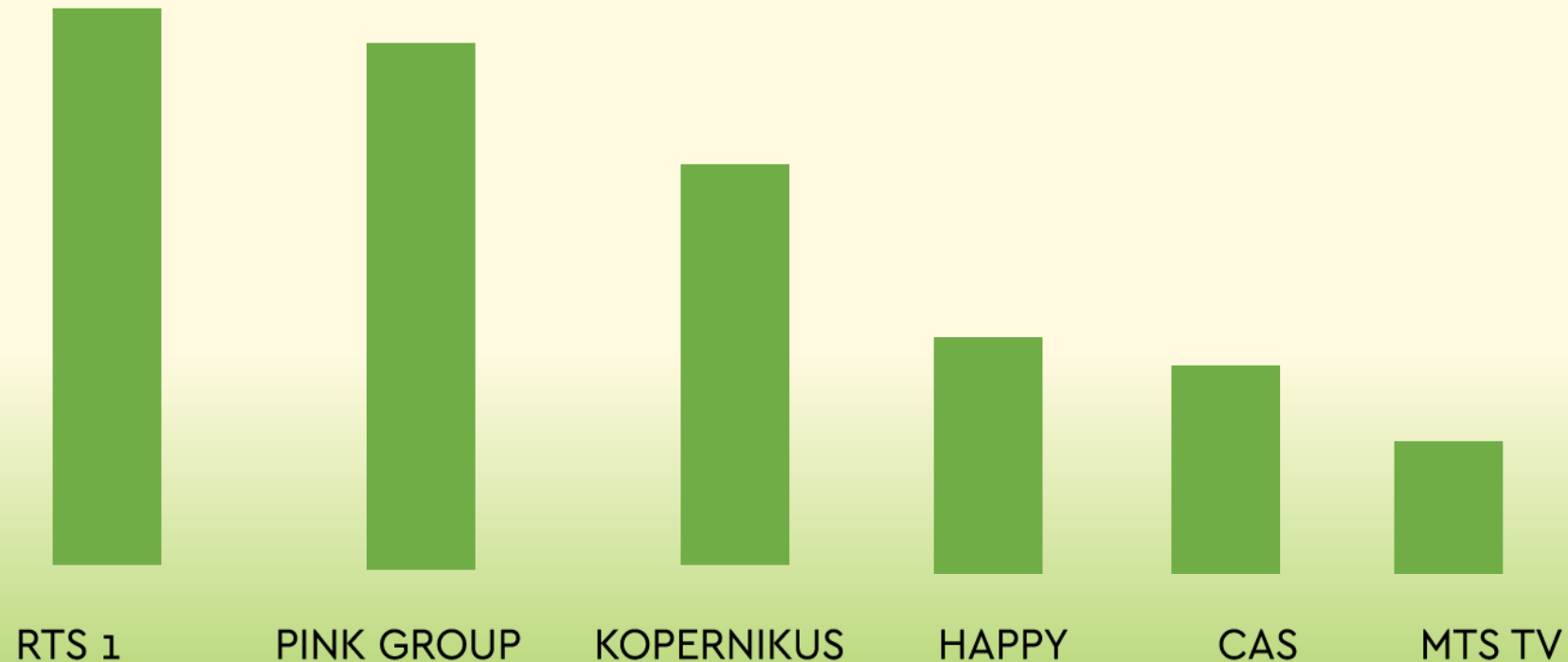
BETA

FONET

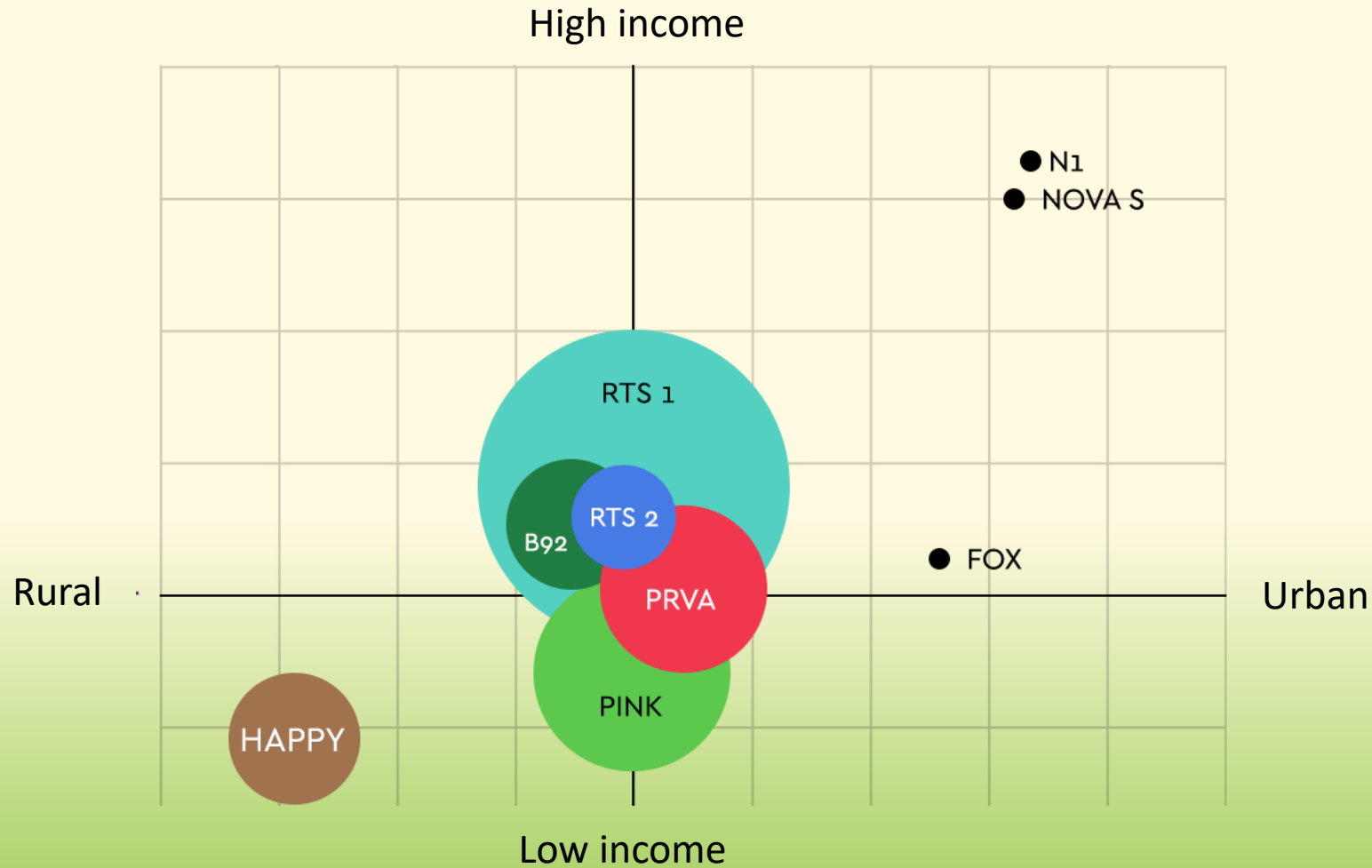
BLOOMBERG

REUTERS

RTS 1 IS THE MOST WATCHED TELEVISION



TV – LOCATION AND INCOME



Recommended televisions and shows:

RTS: Morning program/Show *Znanje imanje*

RTV: Shows *Brazde* and *Agromozaike*

PRVA TV: Morning program

K1: Morning program

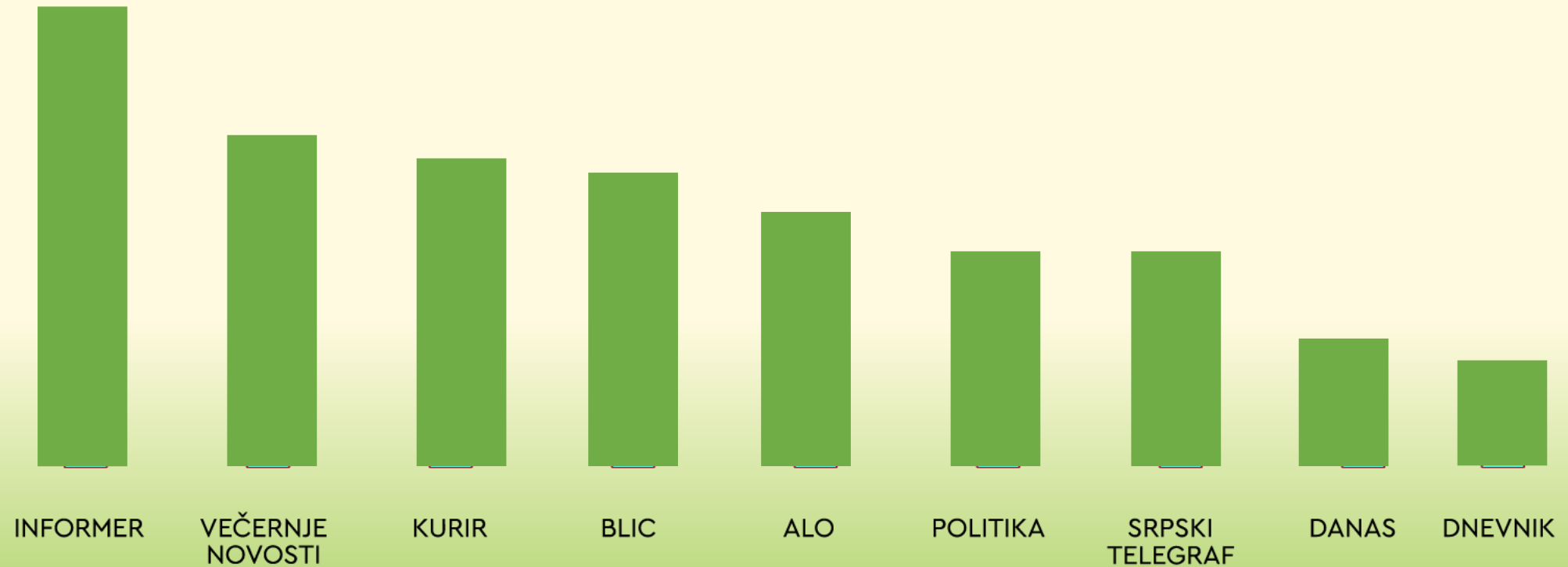
TV PINK: Morning program *Svitanje*

NOVA S: Morning program

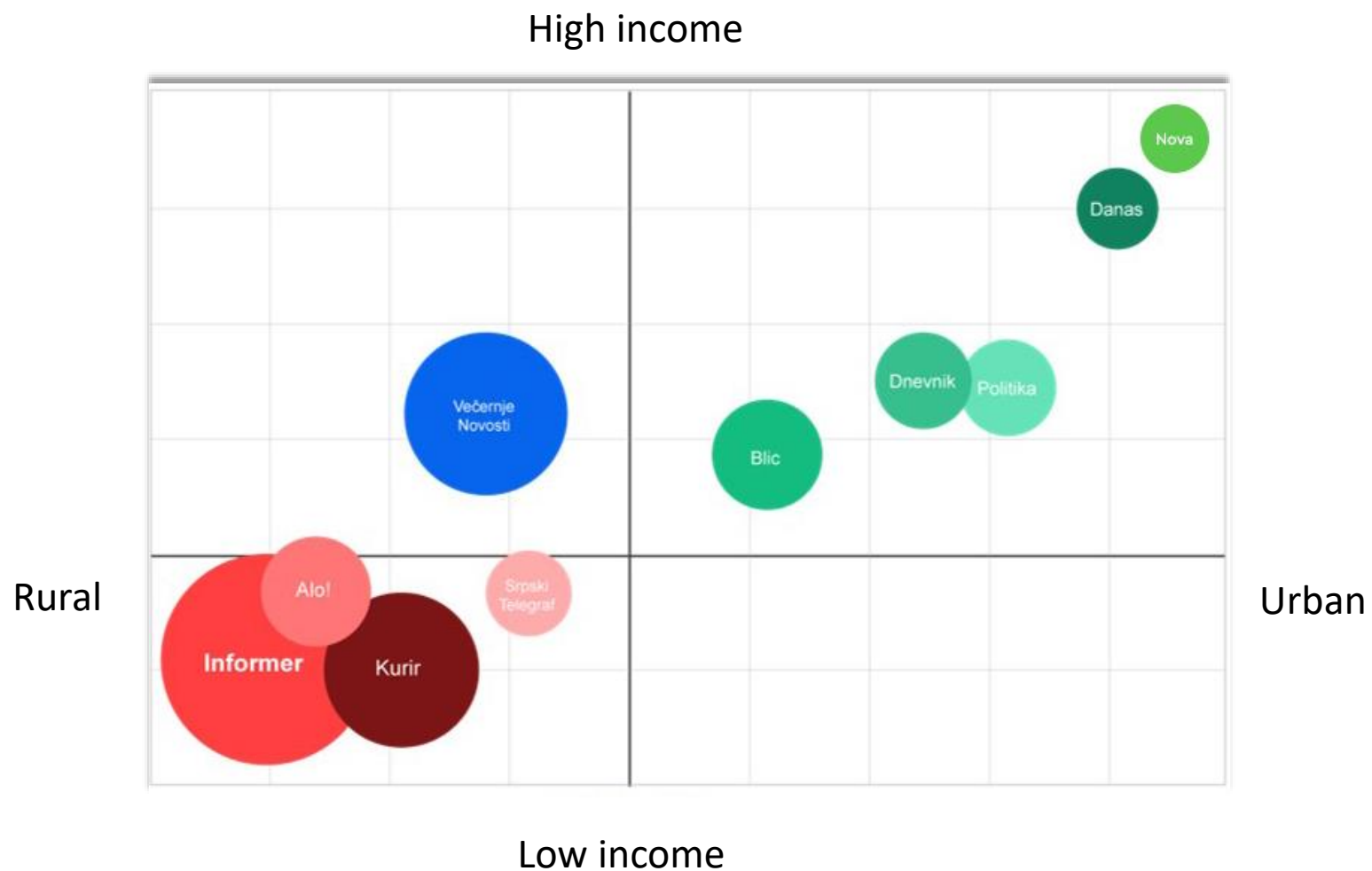
PRINT

DAILY NEWSPAPER	WEEKLY AND MONTHLY MAGAZINES	AGRICULTURAL MAGAZINES
Blic	Nedeljnik	Poljoprivrednik
Politika	NIN	Agro biznis
Večernje novosti	Vreme	ePoljo magazin
Alo!	Novi magazin	Jutro
Kurir	Ekspres	
Objektiv	Ilustrovana politika	
Informer	Pečat	
Srpski telegraf	Biznis i finansije	
Danas	Nova ekonomija	
Nova	Bizlife	
Vesti	Srpska ekonomija	
Dnevnik		

INFORMER IS THE MOST READ DAILY NEWSPAPER



DAILY NEWSPAPER- LOCATION AND INCOME



Source: Nielsen (January-September 2021)

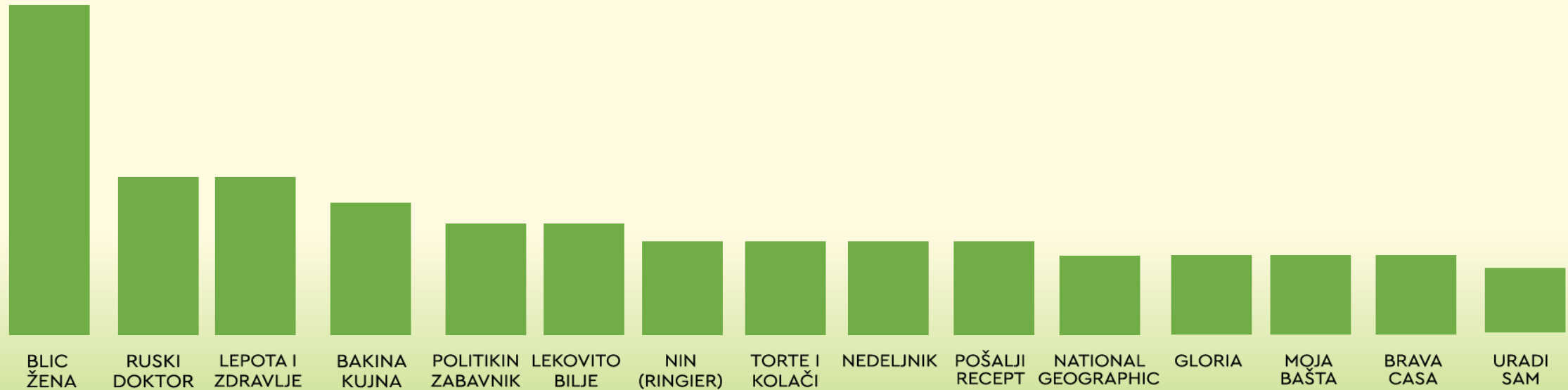


NEDELJNIK IS THE MOST READ WEEKLY NEWS MAGAZINE

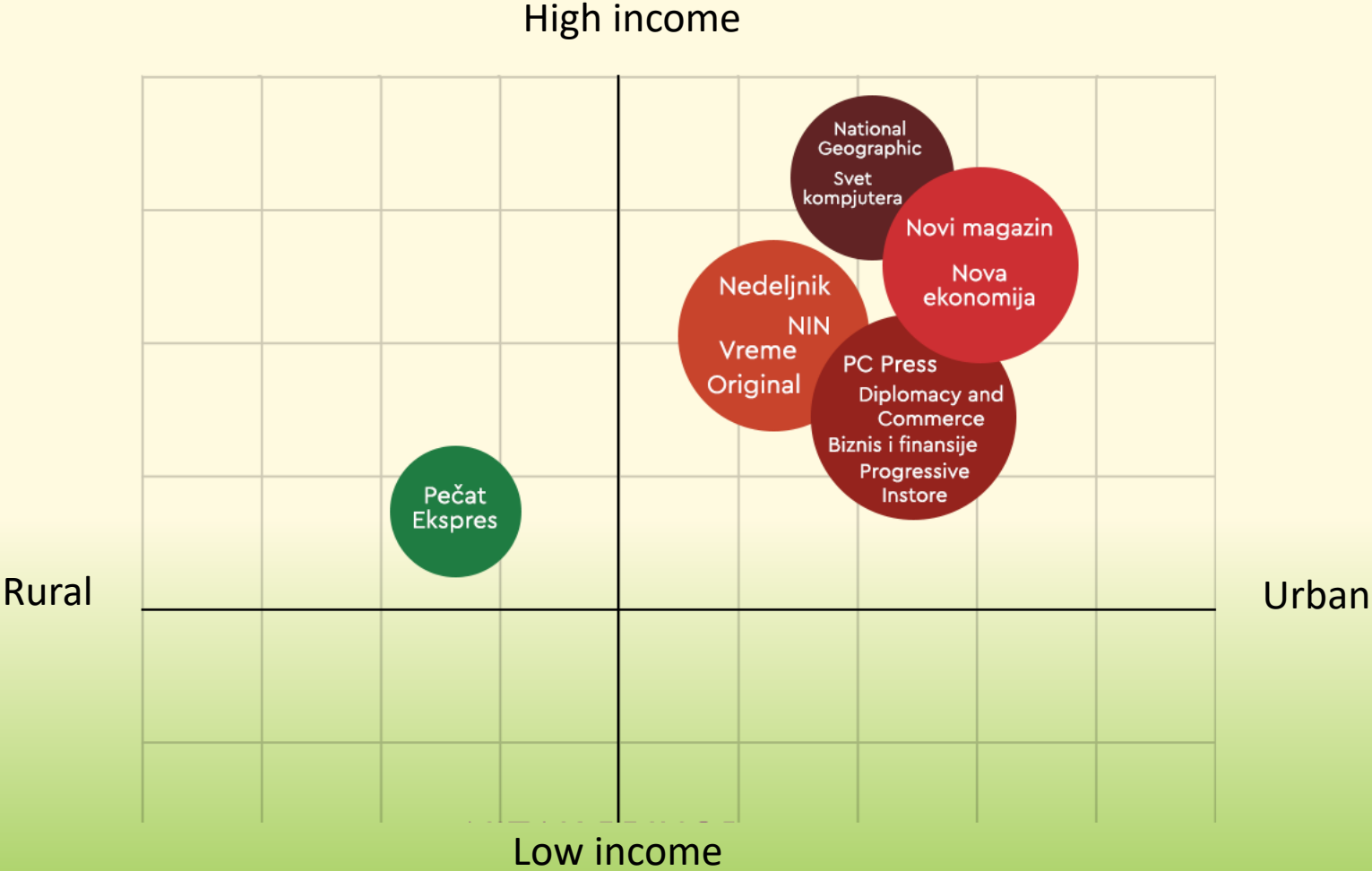
MAGAZINES	TOTAL INDIVIDUALS 12+ AVG RATING
Nedeljnik	49 815
NIN	48 326
Vreme	26 625
Pečat	9 801
Novi Magazin	1 102
Ekspres	258

Source: Ipsos, December 2021

BLIC ŽENA IS THE MOST READ MAGAZINE



MAGAZINES – LOCATION AND INCOME



Source: Nielsen (January-September 2021)

PORTALS

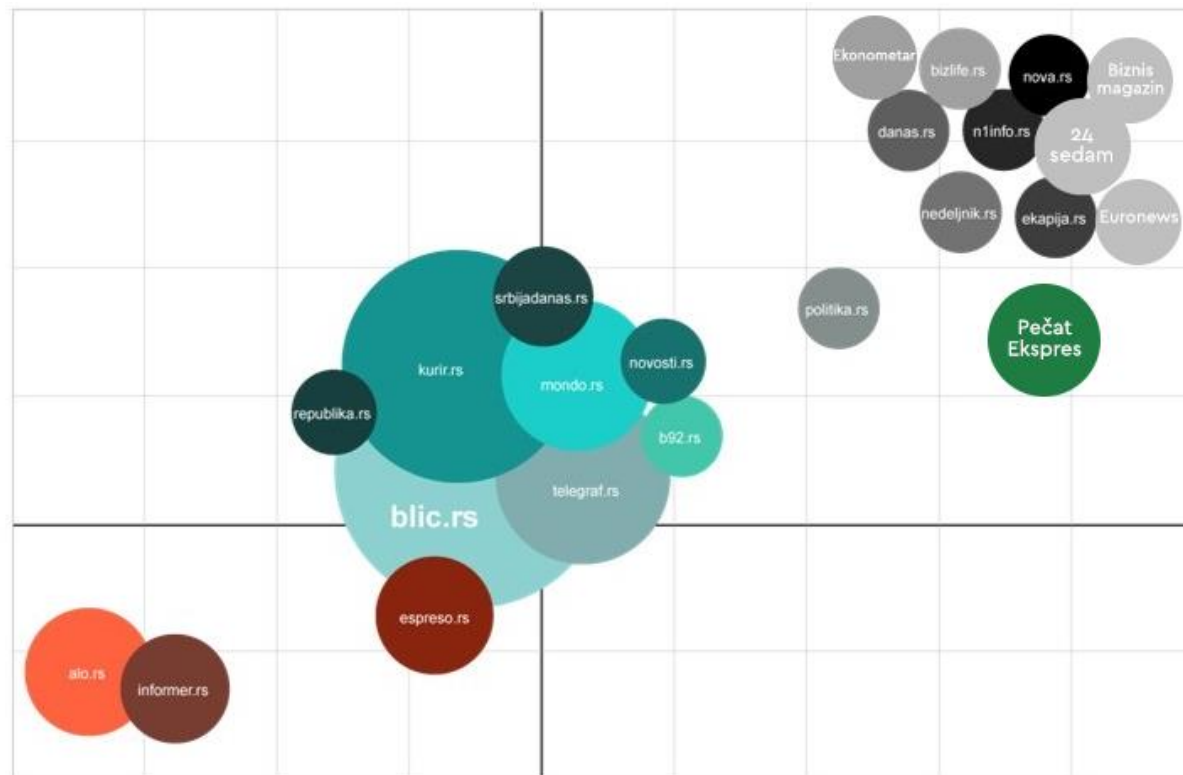
MAINSTREAM	ECONOMIC	SPECIALIZED
Blic.rs	Nedeljnik.rs	Agroklub.rs
Kurir.rs	Nin.co.rs	Epoljomagazin.com
Mondo.rs	Vreme.rs	Agrofin.rs
Telegraf.rs	Ekspres.rs	Agrosmart.net
Alo.rs	Novimagazin.rs	Geaagronet.com
Novosti.rs	Novaekonomija.rs	Agrodan.rs
Espresso.rs	Bizlife.rs	Poljoprivreda.info
24sedam.rs	Biznis.rs	Agromedia.rs
Nova.rs	Cordmagazine.rs	Agrobiznis.rs
Srbijadanas.com	Diplomacyandcommerce.rs	Plodnazemlja.com
N1info.com	Instore.rs	Agronews.rs
Objektiv.rs	Progressivemagazin.rs	Poljosfera.rs
Danas.rs	Profitmagazin.com	Poljoberza.rs
B92.net	Srpskaekonomija.rs	
Republika.rs	Ekapija.com	
Rtv.rs	Magazinbiznis.rs	



PORTALS – LOCATION AND INCOME

High income

Rural



Urban

Low income

Source: Nielsen (January-September 2021)



BLIC.RS IS THE MOST READ PORTAL

PORTAL	AVERAGE NUMBER OF DAILY USERS*	MONTHLY REACH OF RUBRIC ECONOMY/AGRICULTURE**
Blic.rs	1 024 190	Average number users of economy and finance subcategory: 150.000
Kurir.rs	913 610	Average number of buissnes rubric users: Kurir: 1.150.000 Android: 130.000 iOS: 33.000
Telegraf.rs	539 195	Average number of visits for economic and agricultural news PC: 180.000 Mobile version: 3.000.000 Application: 2.000.000
Mondo.rs	636 589	Average number of users reading economic news 700.000
Alo.rs	517 919	Average number of opened pages in the business rubric: 1.737.566
Nova.rs	536 639	Average number of opened pages in the business rubric: 2.372.371
Novosti.rs	418 551	Average number of economy rubric users: 549.464 Average number of opened pages in the economy rubric: 2.011.941
Espresso.rs	400 725	Average number of users: 730.000
24sedam.rs	322 248	Average number of page views: 2.278.090 business 74.890 agricultural
Srbijadanas.com	423 300	Average number of users reading economic news: 700.000

*Source: Serbia, Gemius S.A.: gemiusAudience, 10th August 2022

**Source: Marketing sections of portals, for period 1-30. September 2022.

LOCAL MEDIA

PRINT	VOJVODINA	CENTRAL SERBIA	SOUTH OF SERBIA
	Dnevnik	Kragujevačke novine	Narodne novine
	Vojvođanski magazin	Kraljevski magazin	Nova naša reč
	Magyar Szo	Kruševac grad	Sloboda (Pirot)
	NS reporter	Mladenovački glas	
	Start 013		
	Su nedeljnik		
	Subotičke novine		
	Pančevac		
	Zrenjanin		
	Starčevačke novine		

LOCAL MEDIA

ONLINE	VOJVODINA		CENTRAL SERBIA	SOUTH AND EAST OF SERBIA	
	Rtv.rs	Autonomija.info	Glassumadije.rs	Jugmedia.rs	Glas-zaječara.com
	021.rs	Subotica.info	Infokg.rs	Jugpress.rs	Istmedia.rs
	Novinenovosadske.rs	Zrenjaninski.com	Kolubarske.rs	Juznevesti.rs	
	Nshronika.rs	Zrklik.com	Ikragujevac.com	Dnevnikjuga.rs	
	Nsuzivo.rs		Rtvsumadija.com	Infocentarjug.rs	
	Luftika.rs			Niskiportal.rs	
	Mojnovisad.com			Naissus.info	
	Novisad.com			Gradskiportal018.rs	
	Dnevnik.rs			TVZonaplus.rs	
	013info.rs			Belleamie.rs	
	Subotica.com			Timocka.rs	
	llovezrenjanin.com			Zamedia.rs	

LOCAL MEDIA

TV	VOJVODINA	CENTRAL SERBIA	SOUTH AND EAST OF SERBIA
	RTV Vojvodina	RTV Kragujevac	Belle Amie
	TV Most	RTV Kraljevo	Kopernikus
	TV Panonija	Kraljevačka TV	TV Zona plus
	Novosadska TV	RTV Melos	TV Leskovac
	RTV Yu Eco	VA plus	Niška televizija
	RTV Zrenjanin	GEM televizija	RTV Pirot
	TV Subotica	RTV Šumadija	TV Pi Kanal
	TV Santos Zrenjanin	RTV Sunce	Timočka TV
	RTV Pančevo	RTV Mag	TV Istok
	Sremska TV	TV 5	
	RTV Zrenjanin	TV Palma plus	

SPECIALIZED SHOWS

Brazde, RTV

Agricultural show with tradition, which has been present since 1975. Through reports from the field, with the participation of competent guests, live from the studio of RTV, it deals with current topics in an analytical way. In the show, you can hear opinions from producers to academics, praise, criticism, news... It is broadcast alternately with *Agromozaike*, every other week on RTV1, from 10 a.m.

Znanje i manje, RTS

The show is dedicated to various topics "on the road from the field to the table" - from retaining young people and supporting women in agrobusiness, to the intertwining of the interests of small and large producers and the role of the state in this. It is broadcast on Sundays at 11 a.m. on the First Program of RTS.

Poljoprivredno dobro, Radio Novi Sad

One of the oldest shows of Radio Novi Sad, which follows agricultural achievements and news. The show lasts 60 minutes, and listeners can expect advice from recognized experts in the field of agriculture, with whom they discuss new laws and regulations, agronomic issues, from land to all branches of agricultural production. It is broadcast on Sundays from 8 a.m. to 9 a.m.

Agroargumenti, Radio Novi Sad

The show, which is broadcast every Wednesday from 4:10 p.m., is dedicated to new technologies, standards, agro-economy, rural development, projects, investments, entrepreneurship, plant production and animal husbandry.

SPECIALIZED SHOWS AND CHANNELS

Plodovi, TV Prva

A popular show dealing with current agricultural topics including recipes, tips, information and examples of good practice. The author of the show is Zoran Maksimović.

Agro TV

Agro TV is a channel dedicated to the most current issues and expert advices in the fields of agriculture, horticulture, animal husbandry and ecology. Agro TV, which broadcasts its program as part of the "Arena Channels Group" media company, was launched with a clear goal and idea to provide farmers in our country with clear and meaningful information on current topics on a daily basis. It is the only and unique television program dedicated to agriculture 365 days a year.

Show Dobra zemlja

The most watched show about agriculture on all channels. The show is broadcast on Happy TV and Agro TV. The author of the show is Uroš Davidović, a proven journalist and host.

Припремио:
New Media Team,
Септембар 2022. године

Prepared by
New Media Team,
September 2022

