**INTRODUZIONE**

***Territorio*, *impresa* e *giovani* sono il motore dello sviluppo di un Paese. I primi due concetti sono legati in modo indissolubile, ma anche l’apporto dell’ultima risorsa è fondamentale, perché solo con forze e pensieri nuovi si genera innovazione. La Rete Rurale Nazionale e le Regioni si impegnano a diffondere questo messaggio e, a questo scopo, realizzano numerose iniziative di comunicazione.**

L’**inserto stampa** “***Imprese agricole più competitive per il rilancio delle aree rurali”*** offre un’informazione dettagliata sui finanziamenti messi a disposizione per incrementare l’efficienza di imprese agricole e forestali. La Rete Rurale Nazionale si rivolge ad un pubblico generico, ma si propone anche di interagire più specificamente con gli addetti ai lavori: per questo motivo sono state realizzate due versioni parzialmente diverse di tutti gli inserti stampa, da destinare alla pubblicazione su periodici generalisti e specializzati. Uno dei maggiori punti di forza di questo prodotto è la chiarezza espositiva: il linguaggio utilizzato si allontana infatti dai tecnicismi, al fine di rendere immediatamente fruibile la comprensione della posta in gioco.

***“L’agricoltura a beneficio di tutti.”***

Lo spot tv istituzionale della **Regione Sardegna** valica i confini dell’informazione locale per approdare ad una visione più ampia e comunicare il ruolo dell’Unione Europea e le linee strategiche generali del Programma di Sviluppo rurale.

Nel video, della durata di 30 secondi, si alternano immagini di persone e scenari del mondo agricolo della Regione, sia di repertorio che girate ad hoc. È un filmato ben realizzato dal punto di vista tecnico, ma sa anche emozionare lo spettatore.

In futuro ne sono state previste due altre versioni, per informare i beneficiari sulle modalità di accesso alle singole misure e per divulgare gli interventi già attuati.

Lo spot radiofonico realizzato dalla **Regione Toscana** nel 2008 comunica le opportunità offerte dal Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013.

La voce calda dello speaker focalizza l’attenzione sul sostegno finanziario offerto dalla Regione agli imprenditori, per invitarli a presentare progetti e a tirar fuori le proprie idee.

L’appoggio istituzionale ha l’obiettivo di creare opportunità e non vincoli, per incentivare la crescita nazionale.

**“*Regione Toscana: Coltiviamo il nostro futuro”.***

Occupazione, formazione e sicurezza nel mondo agricolo: informare sull’evoluzione di queste tematiche, con un occhio di riguardo verso l’imprenditoria femminile, i giovani e la piaga del lavoro sommerso, è stato l’obiettivo del progetto “*Nel* ***Lazio*** *il lavoro Vola*”. I veicoli di un’azione comunicativa cooordinata sono stati in questo caso l’organizzazione di un convegno, la realizzazione di una brochure e di materiale divulgativo.

Lo spot televisivo della **Regione Campania** “*Sicuri di essere Sicuri”* segue lo stesso filone di un altro video prodotto dalla Regione, che informava gli imprenditori agricoli sull’opportunità di rivolgersi ai servizi di consulenza finanziati nell'ambito della Misura 114.

La sceneggiatura del video precedente si incentrava sul tòpos narrativo del dualismo angelo/demone, che invitavano il datore di lavoro a rispettare l’ambiente, la salute di piante ed animali, la sicurezza sul lavoro. La stessa formula comunicativa, incentrata sull’utilizzo di un linguaggio colloquiale e diretto, si ritrova nel nuovo video, che si differenzia però dall’altro per il cambio di soggetti (consulente e uomini con armature o uniformi sostituiscono le figure ultraterrene) e per la focalizzazione assoluta sul tema della Sicurezza sul Lavoro.

Lo spot radio ***Giovani*** sfrutta l’immediatezza del mezzo per comunicare le politiche di sviluppo rurale alla cittadinanza.

L’introduzione, comune a tutti gli annunci radio della Rete Rurale, evidenzia il ruolo propulsivo dell’agricoltura nella tutela del paesaggio ed i 17,6 miliardi di euro investiti dall’Italia (e cofinanziati dall’Unione Europea).

Dopo la notizia sulla composizione delle imprese agricole, caratterizzate dalla scarsa presenza giovanile, viene diffusa la speranza di un rilancio, reso possibile dai finanziamenti che i Programmi di Sviluppo Rurale riservano ai giovani imprenditori; l’ascoltatore è poi invitato a visitare il sito della Rete Rurale o della propria Regione per approfondimenti.

 **“*Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale – L’Europa investe nelle aree rurali – L’Agricoltura a beneficio di tutti*”.**

Sostenere i giovani e la valorizzazione del territorio: queste sono le linee guida della campagna di comunicazione del *Programma di Sviluppo Rurale* *Calabria 2007-2013*, che si riflettono anche nel format degli annunci stampa.

L’enfasi comunicativa verte sulla spesa destinata allo sviluppo rurale della Calabria, che oltrepassa il milione di euro. L’informazione “Investiamo sui giovani per realizzare un modello competitivo, sostenibile, integrato e multifunzionale” è puntuale e chiara. Anche la parte grafica è di effetto: l’elemento stilizzato del trattore che muove la mano è un forte elemento di distintività e riconoscimento della campagna, ma il manifesto evoca anche i risvolti futuri dell’agricoltura (gli unici soggetti sono un giovane e un bambino).

***“Seminiamo sviluppo”***

Nel 2010-2011 la **Provincia Autonoma di Trento** punta sulla pubblicazione di articoli dedicati al Programma di Sviluppo Rurale nella stampa locale. L’attenzione a tematiche connesse all’innovazione aziendale nel mondo rurale, come ad esempio il ricambio generazionale o l’imprenditoria femminile, si manifesta, in particolare, all’interno della rivista *Terra Trentina.*

L’ironia è il filo conduttore principale della campagna della **Regione Lombardia** “L’agricoltura cambia faccia alla tua vita!”. Il messaggio veicolato (il ruolo strategico dell’agricoltura per il cambiamento e lo sviluppo) si accompagna ad una creatività di forte impatto, che coinvolge il cittadino all’interno di una sorta di gioco di specchi. Una comunicazione “smart” che sa attirare i giovani, oltre al pubblico ampio di riferimento. Dalla necessità di raggiungere un’audience estesa nasce quindi l’adozione di un ampio ventaglio di supporti (stazioni metropolitane e ferroviarie, stampa locale, radio, tv, web) e la realizzazione di una mostra, che si terrà dal 20 ottobre al 15 gennaio 2012 al Museo della Scienza e della Tecnologia di Milano.

***“Regione Lombardia e Unione Europea con il Programma di Sviluppo Rurale sostengono l’agricoltura per migliorare la tua vita”***

Ricambio generazione e multifunzionalità delle aziende agricole: due tematiche fondamentali, che costituiscono l’anima di due dei quattro documentari prodotti dalla **Regione Piemonte** nei primi mesi del 2010. Proiettati sulle principali emittenti televisive, i video sono stati utilizzati anche durante momenti formativi e manifestazioni.

Nessun elemento (in termini di creatività, sceneggiatura, regia, fotografia e sound design) è stato trascurato nella realizzazione di questi prodotti di alta qualità, che sanno affascinare per la storia che raccontano e per il concept legato al mondo rurale.

Il motore principale della sceneggiatura dei filmati è il viaggio di un ragazzino, che scopre l’essenza del mondo rurale e di una professione (l’agricoltore) che si sceglie quasi sempre, prima di tutto, per passione; l’anziano che lo accompagna è il suo mentore, e di tanto in tanto evidenzia a voce i punti chiave del messaggio educativo da divulgare. La diversificazione e la multifunzionalità hanno permesso a numerose aziende di disegnarsi un nuovo ruolo e futuro. Le imprese, con l’offerta di attività ludiche, educative, o destinate alla riabilitazione, hanno interpretato le esigenze sociali in modo rinnovato. Da queste istanze nascono gli agriasili e le 300 fattorie didattiche che operano sul territorio regionale. Nel filmato sul ricambio generazionale sono trattati anche argomenti topici come la misura 112 e l’aumento dei fondi stanziati per finanziare le domande dei giovani imprenditori. In chiusura si pone l’accento sul sostegno della Regione: “I ragazzi hanno un sogno, la Regione li aiuta.”