

17.18 nov 2011

ESPERIENZE DI QUALITÀ
Milano, 17-18 nov 2011

Speciale Rete Rurale Nazionale per l'evento
"Lo sviluppo rurale comunicato ai cittadini"



LA PRESENZA
DEI PSR NEI MEDIA
SOCIAL NETWORK

*Condividere e diffondere
le buone esperienze
di comunicazione*

**LE REGIONI
NE PARLANO
COSÌ**

Lo sviluppo rurale raccontato
dal territorio per il territorio

"LO SVILUPPO RURALE COMUNICATO AI CITTADINI"
"COMMUNICATING RURAL DEVELOPMENT TO CITIZENS"

17.18
nov
2011

ESPERIENZE DI QUALITÀ
Milano, 17-18 nov 2011



Regione Lombardia
Agricoltura

SALUTO DELL'ON. MINISTRO DELLE POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E FORESTALI

Francesco Saverio Romano

L'agricoltura rappresenta senza dubbio una delle sfide più importanti per il futuro dell'Europa, dal momento che costituisce l'asse portante di un sistema economico-sociale comune. Per questo, la capacità di individuare un percorso condiviso per sostenere lo Sviluppo rurale diventa di fondamentale importanza. È proprio con questa convinzione che stiamo lavorando per arrivare alla definizione di una politica di sviluppo rurale che guardi alle esigenze dei cittadini e si ponga come obiettivo imprescindibile quello di non lasciare indietro nessuno. Diversi risultati sono già stati raggiunti, ma è fondamentale comunicarlo adeguatamente, affinché i cittadini si rendano conto dell'importanza e degli effetti delle misure che vengono adottate a livello europeo e che incidono direttamente sulle loro vite. È importante, soprattutto, far passare questo messaggio: i contributi che vengono versati allo Stato non sono "a fondo perduto" ma, anzi, servono a sostenere un settore e garantire crescita e sviluppo.

Keynote speech of the Italian Ministry of Agriculture Food and Forestry Policies

Agriculture represents with any doubt one of the main challenges for the European future. It is the backbone of a common social and economic system. For this reason, it is essential to identify a shared pathway to support the Rural Development. This conviction is also behind our activities aimed at identifying a rural development policy that could meet the citizens' needs and whose essential purpose is trying not to leave anyone behind. Many positive results have already been achieved but what is more important is to communicate such results properly, in order to make citizens aware of the effect produced by the measures adopted at European level and the direct impact on their lives. The message that most of all needs to be conveyed is the fact that contributions paid to the State are not being lost, on the contrary they are being used to support the sector and ensure growth and development.

SALUTO DELL'ASSESSORE ALL'AGRICOLTURA DELLA REGIONE LOMBARDIA

Giulio De Capitani

Una riflessione su questi temi, promossa dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali nell'ambito del Programma della Rete Rurale Nazionale 2007-2013 e dalla Regione Lombardia, in collaborazione con la Rete Rurale Europea (ENRD), appare quanto mai opportuna. L'Unione Europea affida infatti agli Stati membri e alle regioni agricole europee il preciso compito di informare i propri cittadini sulle politiche agricole comunitarie, in nome di quel principio della trasparenza che è considerato una "condizione necessaria per l'esercizio stesso dei diritti dei cittadini" (art. 76 Reg. CE 1698/05).

A Palazzo Lombardia, nuova sede dell'istituzione regionale, il 17 e il 18 novembre si confrontano le esperienze nazionali ed europee che hanno veicolato i contenuti e i risultati delle politiche di sviluppo rurale, gettando le basi per una sempre più efficace cultura della comunicazione in agricoltura.

Keynote speech of the Regional Concilor for Agriculture of Lombardy Region

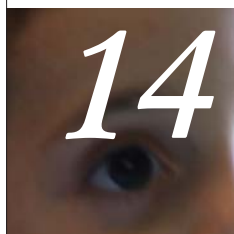
Some remarks on such topics are advisable. These considerations have been provided by the Ministry for Agricultural, Food and Forestry Policies within the National Rural Network Programme 2007 – 2013 and Lombardy Region, in cooperation with the ENRD – European Network for Rural Development. The European Union confers on Member States and European rural areas the specific task of informing citizens on the community agricultural policies, in the name of that transparency principle which is considered a "necessary condition for citizens to exercise their duties" (Art. 76 of Reg. EC 1698/05).

The event will be held at Palazzo Lombardia, Lombardy regional government's new seat, on November 17–18, 2011. It is here that the National and European communication experiences aimed at disseminating rural development policies' contents and results will be shared, thus laying the foundations for an increasing effective "communication culture" in Agriculture.



Regione Lombardia
Agricoltura

CONTENUTI CONTENTS



UNO SGUARDO EUROPEO SUL TERRITORIO

Condividere e diffondere le buone esperienze di comunicazione

Giuseppe Blasi

Direttore generale della competitività per lo sviluppo rurale

All'inizio di questa fase di programmazione, quando è stato approvato il programma rete rurale nazionale ci siamo posti il problema di come comunicare i temi dello sviluppo rurale e promuovere un processo di reciproca conoscenza e scambio di esperienze tra le diverse realtà, valorizzandone le potenzialità e favorendo il coinvolgimento e l'integrazione tra diversi livelli di governo competenti in tema di sviluppo rurale (Commissione europea, Amministrazioni centrali, Regioni).

Nell'ambito dei Programmi cofinanziati dai Fondi Comunitari la comunicazione è un elemento strategico, in quanto consente di cogliere una duplice finalità: la trasparenza sugli interventi e i meccanismi di accesso ai finanziamenti presso i potenziali beneficiari (con conseguente incremento dell'efficacia e dell'efficienza della gestione dei fondi) e la visibilità su quelle che sono le strategie e le finalità delle politiche, in modo da permettere al cittadino di verificare che i fondi pubblici siano spesi correttamente e producano benefici per la collettività.

L'importanza del ruolo degli strumenti di informazione e della funzione della comunicazione è chiara all'Unione Europea, che, nel Regolamento (CE) del Consiglio n. 1698/2005, art. 76, afferma l'obbligo per i Paesi Membri di prevedere azioni informative e pubblicitarie sugli interventi cofinanziati dai Programmi di Sviluppo Rurale, definendone le modalità di applicazione nel Regolamento (CE) della Commissione n. 1974/2006.

Nell'ambito di un Programma caratterizzato da attività di rete, supporto e diffusione di buone pratiche, una comunicazione corretta e ben strutturata va oltre il mero adempimento regolamentare, contribuendo da un lato all'efficace attuazione del programma, attraverso il coinvolgimento degli attori rurali ed extrarurali e dall'altro, ad affrontare con più forza le sfide future e a cogliere interessanti opportunità di crescita del territorio.

In linea con questo orientamento, nasce il progetto di "sviluppo rurale comunicato ai cittadini" promosso da Rete rurale

nazionale e Regione Lombardia, insieme alla Rete rurale europea, che intende ampliare le sinergie della Rete con gli stakeholder ed ottimizzare, attraverso la comunicazione, il ruolo della Rete come player delle politiche di sviluppo rurale.

Eccellenze italiane ed europee si confrontano per individuare strumenti finalizzati a favorire la condivisione di informazioni e conoscenze e lo scambio delle buone prassi ed esplorare tematiche innovative, quali l'affascinante mondo dei nuovi media e dell'informazione digitale.

L'obiettivo è di dare visibilità alle migliori campagne informative e promozionali, toccando con mano le esperienze attuate dalle Regioni e dai GAL nella gestione dei fondi comunitari.

In che modo gli spazi fisici e virtuali faranno da interfaccia all'ambiente che abitiamo? In quale misura viral marketing e social network incideranno sulla capacità di comunicare lo sviluppo rurale a tutti i cittadini e non solo agli agricoltori che devono adottare comportamenti virtuosi?

Queste alcune delle domande cui cercheremo di dare risposta durante i lavori della conferenza Comunicare lo sviluppo rurale ai cittadini – Esperienze di qualità, che assume la duplice valenza di veicolo di informazioni e esperienze condivise e luogo di connessione e convergenza tra le diverse realtà esistenti nell'ambito rurale.

Quest'attività si pone a completamento di altre importanti iniziative di comunicazione promosse dalla RRN, allo scopo di consentire la restituzione dei contenuti, delle finalità e dei risultati conseguiti dal Programma Rete, promuovendo il coinvolgimento del sistema partenariale (Portale della rete www.reterurale.it), di consolidare i rapporti fiduciari con i consumatori e l'interazione fra questi e le istituzioni, attraverso il rafforzamento dell'identità dei territori e della capacità degli attori rurali di cooperare in funzione di uno sviluppo condiviso (campagna stampa e radiofonica sul PSN "l'agricoltura a beneficio di tutti"), nonché favorendo la condivisione e lo scambio di esperienze (fiere, convegni, workshop, focus group).

*favorire la
condivisione
di informazioni
e conoscenze*

Giuseppe Blasi
Head of

A close-up photograph of two purple allium flower heads on green stems against a blurred green background. The flower in the foreground is in sharp focus, showing the intricate details of the numerous small, star-shaped florets that form a dense, spherical cluster. Its stem is a vibrant green and appears slightly hairy. A second, similar flower head is visible in the background, but it is out of focus, creating a sense of depth. The overall lighting is soft and natural, highlighting the rich purple color of the blossoms.

LE RAGIONI DI UN EVENTO E IL LANCIO DEL NETWORK EUROPEO DEI COMUNICATORI

Camillo Zaccarini Bonelli

Dirigente Coordinamento Rete Rurale Nazionale e Programmi ministeriali di comunicazione

Head of the NRN Coordination and Ministerial Programs for Communication - ISMEA

L'evento di Milano sulla comunicazione ai cittadini delle finalità e dei risultati delle politiche agricole cofinanziate dall'Unione europea rappresenta una iniziativa innovativa, unica nel suo genere, per almeno tre ragioni.

Innanzitutto, perché la divulgazione all'opinione pubblica dell'importanza del settore agricolo si iscrive in un processo di rievocazione storica sia a livello nazionale (150° dell'Unità di Italia) sia a livello europeo (cinquantenario della politica agricola comunitaria - PAC), fortemente simbolico in quanto in entrambe le esperienze l'agricoltura ha rappresentato il fondamento dell'unità economico-sociale, rispettivamente, dello Stato italiano e della nascente CEE.

In secondo luogo, guardando all'attualità, perché si pone in uno snodo storico fondamentale per il futuro dell'agricoltura europea, nella fase di avvio della riforma della PAC post-2013. E' dunque cruciale comunicare all'opinione pubblica gli obiettivi, le linee di azione e la giustificazione dei finanziamenti a favore degli agricoltori e dei territori rurali tramite i fondi pubblici europei finanziati, di fatto, anche da ciascun cittadino-contribuente.

In terzo luogo, perché questa iniziativa, promossa dalla Rete rurale nazionale insieme alla Regione Lombardia, ha visto il coinvolgimento della Commissione europea e dalla Rete rurale europea favorendo uno scambio di esperienze estesa a tutti i 27 Stati membri, promuovendo di fatto un nuovo network permanente sul tema della comunicazione delle conoscenze e informazioni sul settore primario.

Il presente sussidio intende fornire una sintesi, non esaustiva ma originale, delle principali esperienze di comunicazione che il Mipaaf, tramite la Rete rurale nazionale, e le Regioni italiane con i PSR 2007/13, hanno realizzato sino ad oggi in Italia, con l'auspicio di far conoscere il modello di sviluppo rurale, uscendo dai tecnicismi degli "addetti ai lavori" e diventando patrimonio collettivo di tutti i cittadini europei.

The reasons for this event and the launch of a European network for communicators

The event that will be held in Milan on communicating the targets and results achieved by EU co-financed agricultural policies to citizens represents an innovating initiative, unique in its genre for at least three reasons.

First of all, the purpose of communicating the key role played by the agricultural sector to the public opinion fits in with the symbolic framework of the historical celebrations that are taking place at national level (Italy's 150th Anniversary as a United Nation) and at European level (50th Anniversary of the CAP). In both these experiences, agriculture laid the foundations for the social and economic unification of Italy as a United Nation and of the rising EEC, respectively. As far as the second reason is concerned, looking at present, such event takes place in a crucial phase of the European agriculture future, a phase where a new reform process is being launched: the CAP post-2013. For this reason, communicating purposes and strategies is considered essential as well as explaining to the public opinion in what way EU public funds, de facto also financed by every single citizen-taxpayer, are being spent in favour of farmers and rural areas.

The third and last reason is that this initiative, promoted by the National Rural Network and Lombardy Region, has involved the European Commission and the European Network for Rural Development thus enhancing the exchange of experiences among all 27 Member States and encouraging de facto the setting up of a new standing network aimed at disseminating knowledge and information concerning the primary sector.

This magazine provides a non-exhaustive but creative collection of the main communication experiences realised to this date, in Italy, thanks to the Mipaaf – Ministry of Agricultural Food and Forestry Policies support through the National Rural Network, the Italian Regions and their RDPs 2007-2013. The magazine is also aimed at raising awareness and disseminating information on the rural development model, leaving behind the technical language used by the "insiders" to become the common heritage of all European citizens.

LA PRESENZA DEI PSR NEI MEDIA: STAMPA, INTERNET, TV



Nel ridurre il gap tra mondo agricolo e società un ruolo fondamentale è svolto dai mass media. Cercare di colpire il target dei cittadini consumatori vuol dire innanzitutto rendere più consapevoli i fruitori dei prodotti e servizi dell'agricoltura, creando al contempo un valore aggiunto importante per chi è impiegato nel settore primario e nelle filiere agroalimentari. Obiettivo di questa breve indagine è stato quello di monitorare in termini quantitativi e qualitativi non tanto l'attenzione rivolta ad operatori e tecnici, che spesso si avvalgono di canali informativi dedicati, ma piuttosto ad un pubblico generalista da parte delle tre tipologie principali di media sulle tematiche relative ai PSR, nel periodo compreso tra il 1 gennaio 2010 e il 30 giugno 2011.

LA CARTA STAMPATA

Sono state analizzate, escludendo quelle di carattere specialistico, 86 testate di quotidiani e periodici, a diffusione nazionale e locale, che costituiscono la raccolta giornalistica su cui viene ogni giorno realizzata la Rassegna Stampa del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali.

Gli articoli contenenti informazioni sugli obiettivi e sulle opportunità di finanziamento offerte dai Programmi di Sviluppo Rurale sono stati in totale 130, suddivisi mensilmente così come viene indicato nella tabella 1.

I picchi relativi ai mesi di maggio e giugno 2010, sono conseguenza dell'invito pressante rivolto dal Ministero delle Politiche Agricole alle Regioni a prestare la massima attenzione al

rallentamento della
spesa dei fondi comunitari. Similmente,
l'alto numero degli articoli di fine anno si spiega con il paventato pericolo del cosiddetto "disimpegno", ovvero del possibile rientro alla UE dei fondi non spesi.

Tutto ciò dimostra che la stampa generalista è stata attenta nell'offrire ai cittadini un servizio di informazione continua e utile sulle scadenze dei bandi regionali, sull'entità dei contributi disponibili, sulle modalità di presentazione delle domande di aiuto, ma anche (o soprattutto) a cogliere gli elementi di "emergenza comunicazionale" legati a scadenze e adempimenti nei confronti dell'Unione Europea.

IL WEB

Numerosi sono i siti Internet del settore agroalimentare che offrono in rete informazioni dettagliate ed aggiornate. Ad esempio, i siti istituzionali delle tre maggiori organizzazioni agricole (www.coldiretti.it - www.confagricoltura.it - www.cia.it) hanno ormai sostituito, migliorandone la qualità e la tempestività dell'informazione, i vecchi bollettini con riviste on line, facilmente consultabili e scaricabili sul proprio computer.

Si rivolge a un pubblico non specialistico anche il sito internet Agricoltura Italiana OnLine (www.aiol.it), la testata ufficiale del Ministero delle politiche agricole sul web. Nato nel 2004, questo sito internet ha sostituito la rivista cartacea "Agricoltura"

pubblicata da ISMEA, che aveva il compito istituzionale di veicolare presso un vasto numero di abbonati articoli e contributi di studio prodotti dal Ministero e dagli enti ad esso collegati. Il sito conta circa 25 mila visitatori mensili e offre un'ampia gamma quotidiana di articoli e news, scritti in forma chiara e semplice, su tutti i settori di competenza del Ministero: dalle politiche comunitarie alle filiere, dallo sviluppo rurale all'alimentazione. Nei diciotto mesi analizzati, in particolare, gli articoli dedicati alle tematiche del PSR risultano essere 228, suddivisi in focus tematici come illustrato nel grafico: impresa e giovani, ambiente, paesaggio e territorio, qualità delle produzioni, energia e innovazione, approccio Leader, new media e comunicazione non convenzionale.

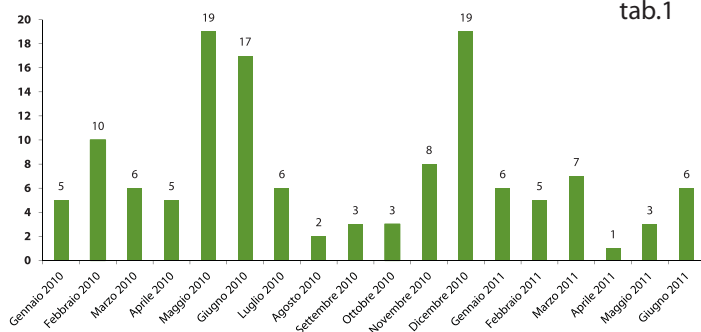
IL CANALE TELEVISIVO

Sempre nello stesso arco temporale (1 gennaio 2010 – 30 giugno 2011) sono stati analizzati i servizi messi in onda nelle trasmissioni RAI "Linea verde", "RegioniEuropa", "Ambiente Italia" e in "Mela verde" della rete Mediaset.

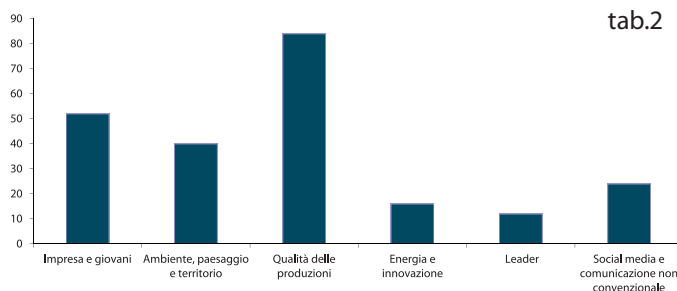
La trasmissione "Linea Verde" occupa lo spazio (la domenica mattina) da sempre riservato agli agricoltori ed ai problemi del mondo rurale italiano. Un format simile per "Mela verde", anch'essa in onda la domenica mattina. "Ambiente Italia" affronta invece problemi del territorio, dell'ambiente e dell'agricoltura, mentre "RegionEuropa" si occupa delle problematiche inerenti l'artigianato, le tradizioni popolari e i prodotti tipici, non solo agroalimentari.

Proprio quest'ultima trasmissione ha una rubrica fissa sulle novità provenienti dalla UE e ha dedicato approfondimenti sull'andamento della spesa dei PSR nelle puntate del 16 gennaio, 9 maggio e 14 novembre del 2010.

tab.1



tab.2



LeTESTATE COINVOLTE

Adige	Giornale di Vicenza
Alto Adige	Giorno-Carlino-Nazione
Altroconsumo	Il Fatto Quotidiano
Arena	Italia Oggi; Italia Sera
Avvenire	La discussione
Brescia Oggi	Latina Oggi
Ciociaria Oggi	Liberal
Conquiste del Lavoro	Liberazione
Corriere Adriatico	Libero Quotidiano
Corriere del Mezzogiorno	Libertà
Napoli	L'Informazione di Reggio
Corriere del Trentino	Emilia
Corriere del Veneto	Mattino Napoli
Corriere dell' Umbria	Mattino Padova
Corriere della Sera	Messaggero
Corriere dell'Alto Adige	Messaggero Veneto
Corriere delle Alpi	Milano Finanza
Corriere di Verona	Mondo
Corriere di Viterbo	Nuova Ferrara
Corriere Romagna	Nuova Sardegna
Cronaca Piacenza	Nuova Venezia
Eco di Bergamo	Ore 12
Espansione	Padania
Espresso	Panorama
Gazzetta del Mezzogiorno	Piccolo
Gazzetta del Sud	Prealpina
Gazzetta di Mantova	Provincia-Cremona
Gazzetta di Modena	Provincia- Como
Gazzetta di Parma	Repubblica
Gazzetta di Reggio	Resto del Carlino
Gazzettino	Riformista
Gazzettino Belluno	Roma
Gazzettino Friuli	Secolo XIX Genova
Gazzettino Padova	Sicilia
Gazzettino Pordenone	Sole 24 Ore
Gazzettino Rovigo	Stampa
Gazzettino Treviso	Tempo
Gazzettino Venezia	Terra
Gazzettino Vicenza-Bassano	Tirreno
Giornale	Trentino
Giornale di Brescia	Tribuna-Treviso
Giornale di Napoli	Unione Sarda
Giornale di Reggio	Unità
Giornale di Sicilia	Voce di Rovigo

EXTENDED SUMMARY

RDPs in the media: press, internet, TV

I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great ex-

REGIONI E RETE RURALE: COME E QUANTO SI COMUNICA LO SVILUPPO RURALE



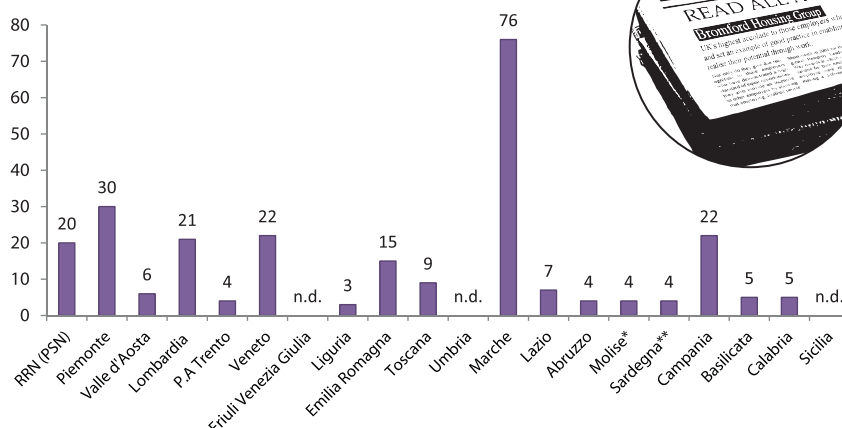
Per comprendere in che modo le opportunità offerte dal Programma di Sviluppo Rurale vengano comunicate all'audience, sia in termini di strumenti che di efficacia, la Rete Rurale Nazionale ha effettuato una raccolta dati indirizzata a Regioni e Province autonome.

Le informazioni si riferiscono alle attività realizzate e pianificate nel biennio 2010 – 2011 e sono aggiornate agli inizi di giugno di quest'anno. Sardegna e Molise hanno comunicato i dati relativamente all'intero periodo di attuazione del PSR (2007-2013), le regioni non rappresentate non hanno utilizzato questo canale, mentre per quelle contrassegnate da n.d. – “non disponibile” - non è stato possibile acquisire il dato relativo alla diffusione.

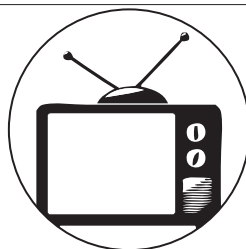
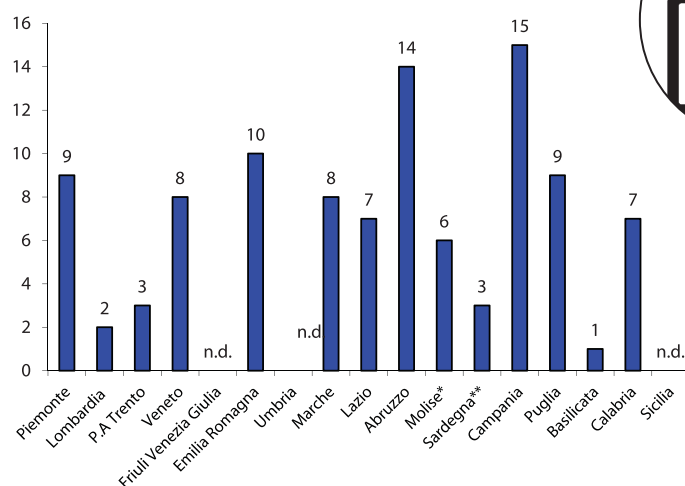
Parallelamente viene anche illustrata, sempre dal punto di vista dell'impatto numerico sul pubblico generalista, la campagna stampa e radio realizzata dalla Rete rurale Nazionale, nel più ampio contesto delle attività di comunicazione sul PSN.

Per quanto riguarda la stampa, il numero di testate totali (Rete + Regioni) che hanno supportato la comunicazione sullo sviluppo rurale è stato di 226, mentre il numero di articoli dedicati (rassegna stampa) è stato di 1124.

LE TESTATE PER REGIONE



LE EMITTENTI TELEVISIVE COINVOLTE



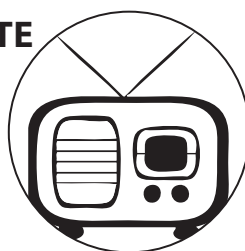
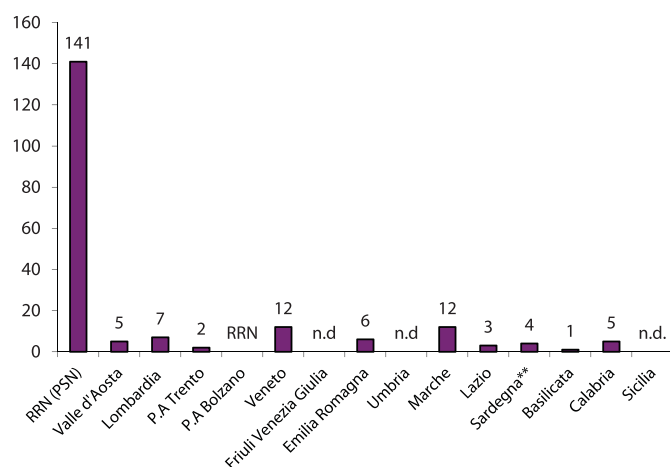
I giornali selezionati per veicolare la comunicazione sono stati prevalentemente quotidiani locali, ma molte Regioni (11) si sono indirizzate anche verso periodici.

Le Regioni e Province autonome che hanno adottato o previsto di utilizzare il media televisivo al momento della rilevazione sono state 15. Le emittenti utilizzate, quasi esclusivamente locali, sono state 97 in totale, mentre i passaggi televisivi rilevati sono stati 10.000.

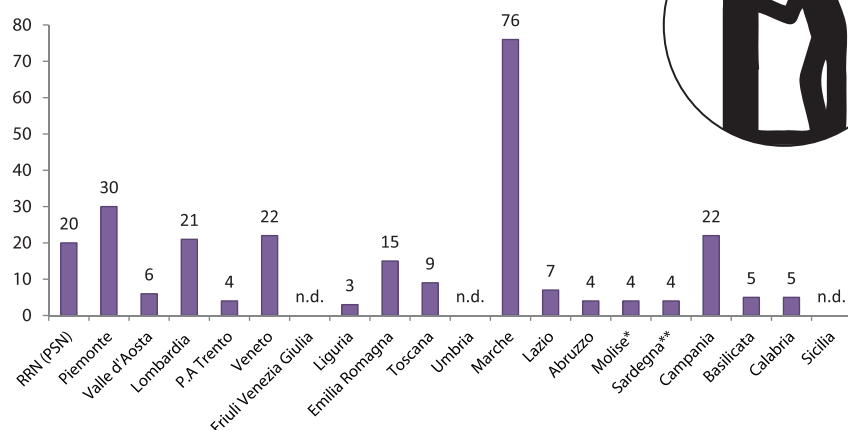
Per quanto riguarda la radio, media ideale per una comunicazione immediata e orientata a raggiungere un target ampio, è stata scelta da 13 regioni; le emittenti locali coinvolte sono state 56, e i passaggi radiofonici rilevati 16030. A proposito di eventi ed azioni di supporto per promuovere lo sviluppo rurale, durante il biennio 2010-11 sono stati organizzati in totale 257 convegni e seminari tematici. Le Regioni hanno inoltre partecipato ad un totale di 50 fiere e manifestazioni di rilevanza per il proprio territorio.

Le azioni educative attuate presso le istituzioni scolastiche sono state 206; di gran lunga inferiore, invece, è stato il numero di progetti di Regioni e Province autonome orientati ai Gruppi di Azione Locale (30 in totale, molti dei quali realizzati da Campania e Val d'Aosta).

LE EMITTENTI RADIOFONICHE COINVOLTE



I CONVEGNI E I SEMINARI REALIZZATI



EXTENDED SUMMARY

Regions and the National Rural Network Communicating rural development: how and how much

I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness.

No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that



TUTTO SUI PSR: DALLE CAMPAGNE TELEVISIVE AL BELOW THE LINE, CON L'ACCENTO SUI NEW MEDIA



Le attività di comunicazione della Rete Rurale Nazionale e delle Regioni italiane si muovono su un ampio spettro di strumenti e su diverse intensità di intervento, garantendo la copertura di tutti gli elementi caratterizzanti i PSR, in

modo orizzontale. Parlare al cittadino con immagini evocative e suggestive. Questo l'obiettivo principale del video realizzato dalla RRN sulle sfide del Piano Strategico Nazionale dello sviluppo rurale.



LA RETE RURALE: UN VIDEO SUL PSN

Un viaggio nel nostro Paese alla scoperta dei benefici e dei valori prodotti dallo Sviluppo Rurale: da Nord a Sud fino alle isole per mostrare come l'agricoltura italiana, e di conseguenza l'Italia, siano cambiate nel corso degli anni sia nei paesaggi che nelle opportunità offerte ai cittadini grazie alla gestione sostenibile delle risorse, alla tutela del paesaggio e alla valorizzazione delle produzioni tipiche.

Concetti come biodiversità, paesaggio, connettività e impresa trovano nel video sul PSN una traduzione in termini simbolici e narrativi, sensibilizzando sull'importanza degli investimenti effettuati nello Sviluppo Rurale.

VALLE D'AOSTA

"Incontra, costruisci, inventa, realizza, disegna il tuo futuro - Coltivare tradizione e innovazione"

La Valle D'Aosta si rivolge al target più ampio dell'opinione pubblica attraverso la pianificazione di inserti pubblicitari sulle principali testate locali prevedendo annunci sia sui quotidiani che sui periodici. La campagna stampa "Incontra, costruisci, inventa, realizza, disegna il tuo futuro - Coltivare tradizione e innovazione" a partire dalle immagini utilizzate mira a unire due generazioni apparentemente lontane e richiama l'attenzione su come oggi il mondo rurale sia una reale opportunità di investimento, di lavoro, e di crescita.



SARDEGNA

PSR magazine

La Sardegna individua uno strumento di comunicazione flessibile, che garantisca la possibilità di aggiornamenti continui e possa veicolare informazioni di carattere istituzionale e operativo: il PSR MAGAZINE.

Un notiziario cartaceo, con taglio giornalistico, con brevi news, interviste e approfondimenti tematici. In una veste grafica moderna e di facile consultazione, il PSR Magazine si compone di articoli sull'attuazione del programma sul territorio, lanciando però uno sguardo al quadro europeo di riferimento, il tutto con il supporto di immagini accattivanti.



PIEMONTE



Un video d'animazione

Il Piemonte ha scelto di realizzare un video informativo sul PSR che utilizza l'animazione propria dei cartoni per rivolgersi ad un target costituito dai più giovani al fine di avvicinarli ad una realtà non sempre così familiare. Inoltre il taglio narrativo con spunti ironici rende il video adatto anche ad pubblico adulto, permettendone la diffusione in occasione di eventi convegni e manifestazioni.

FIULI VENEZIA GIULIA/PUGLIA

Scommettere sul web

Molte le Regioni che hanno individuato nelle potenzialità del web il canale migliore per poter comunicare con il grande pubblico, sfruttandone le opportunità derivanti dall'immediata interattività di questo strumento e dall'estrema flessibilità sia nell'aggiornamento dei contenuti che nella fruizione degli stessi. In particolare le Regioni Friuli Venezia Giulia e Puglia mirano ad ampliare il numero di contatti grazie a scelte grafiche accattivanti e alla facilità di consultazione delle singole rubriche/sezioni.

ABRUZZO



MOLISE



I 4 assi del PSR

Uno spot televisivo declinato in 4 tematiche principali, ovvero i 4 assi del PSR: questa la modalità di comunicazione individuata dalla Regione Molise per parlare al grande pubblico, tramite una pianificazione giornaliera sulle principali emittenti televisive locali. Investimenti nelle zone rurali e diversificazione delle attività economiche, valorizzazione dell'ambiente, qualità della vita e opportunità di lavoro per i giovani: questi i messaggi principali che il Molise ha deciso di veicolare, scegliendo un linguaggio semplice e immagini rustiche.

P.A. BOLZANO

Uno scenario completo



che dello sviluppo rurale, individuando i punti di forza e di debolezza del sistema agroforestale e dell'economia rurale locale, per passare poi a descrivere le misure utilizzabili dagli agricoltori. Viene fornito quindi uno scenario articolato e completo al cittadino che la legge.

La Provincia Autonoma di Bolzano si differenzia dalla strategia della Liguria per la tipologia di respiro che assegna al suo opuscolo informativo sul PSR. Dalla semplice brochure passiamo ad una pubblicazione che tratta in maniera ampia ed esaustiva le principali temati-



TOSCANA

Dove vanno gli investimenti

La linea strategica adottata dalla Regione Toscana per la sua campagna "In Toscana la spesa è ben spesa" individua e pianifica le principali testate generaliste e di settore - collegate al mondo delle Associazioni - per informare il cittadino su come siano stati investiti i finanziamenti per lo sviluppo rurale e quali siano i risultati raggiunti. Un modo efficace di rendere più consapevoli i cittadini sulle finalità concrete della Politica Agricola Comune.





MARCHE

“Coltiviamo il tuo futuro”

Diversa la modalità di rivolgersi al cittadino individuata invece dalla Regione Marche, che utilizza una comunicazione a 360° affiancando a tutti i media necessari per una campagna efficace (TV, Radio, internet, animazione territoriale, guerrilla marketing) anche gli strumenti below the line come la brochure istituzionale. La brochure, scritta con un linguaggio chiaro, ha una finalità istituzionale, informando sullo stato di avanzamento del PSR Marche, e una culturale, evidenziando come vengono attuate concretamente e in modo innovativo le direttive comunitarie.

LIGURIA

Potenzialità future

La scelta della Regione Liguria affianca all'utilizzo del sito internet dedicato al PSR anche uno strumento classico della comunicazione quale la brochure. Nel caso particolare, è stato realizzato un prodotto che illustra in maniera snella non solo gli investimenti effettuati nell'ambito delle proprio PSR ma ne evidenzia le potenzialità per il futuro del mondo rurale e conseguentemente per l'intera società.



VENETO/LOMBARDIA

“Diari della Terra” e “L'agricoltura cambia faccia alla tua vita”

Il Veneto e la Lombardia adottano un piano di comunicazione integrato per pubblicizzare i vantaggi economici, sociali e ambientali derivanti per la collettività dall'attuazione del PSR. Nel primo caso si utilizzano il circuito del concorso fotografico “Diari della Terra” e le campagne sulla Conferenza regionale dell'agricoltura e sull'agroambiente, mentre nel secondo caso a stampa, radio e affissioni si aggiungono strumenti quali le tv nelle metro ed eventi che promuovono il ricambio generazionale. In particolare in Lombardia con il claim “L'agricoltura cambia faccia alla tua vita” si vuole coinvolgere il cittadino all'interno di una sorta di gioco di specchi, utilizzando anche la leva dell'ironia. Una comunicazione “smart” che sa attirare i giovani e mettere in evidenza il ruolo fondamentale dell'agricoltura quale punto di convergenza tra interessi collettivi (qualità alimentare) e risultati produttivi (reddito sostenibile), con l'obiettivo finale di garantire e migliorare la qualità della vita delle persone.



EXTENDED SUMMARY

All about RDPs: from TV campaigns to below the line advertising, focusing on new media

I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally

do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how



encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who

all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes la-

19

SARDEGNA

Video istituzionale del PSR

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, di forte impatto e con una musica coinvolgente per lo spettatore.

Sono in programma ulteriori video, di natura più tecnica per informare i beneficiari delle misure, nonché per divulgare al pubblico generalista gli interventi già attuati e i progetti realizzati.



TOSCANA

Spot radio "Coltiviamo il futuro"

Lo spot radiofonico realizzato dalla Regione Toscana comunica le opportunità offerte dal PSR 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 senza perdere tempo utile. A tal fine si ricorda anche la scadenza dei bandi regionali.



LAZIO

Evento "Nel Lazio il lavoro Vola: occupazione, formazione e sicurezza in agricoltura"



Nel Lazio il lavoro Vola:
occupazione, formazione e sicurezza in agricoltura

Martedì 29 marzo 2011, ore 10,30

Sala Regia del Comune di Viterbo

ingresso dal giardino di Palazzo dei Priori - Piazza del Plebiscito, 14

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 l'obiettivo del progetto "Nel Lazio il lavoro Vola". I veicoli di un'azione comunicativa coordinata sono stati in questo caso l'organizzazione di un convegno, la realizzazione di una brochure e di materiale divulgativo.

CAMPANIA



Spot tv "Sicuri di essere sicuri"

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 a consulenti tecnici nell'ambito della Misura 114 (finanziamento dei servizi di consulenza aziendale riconosciuti dalla Regione). L'obiettivo è quello di informare il cittadino su come la consulenza sia fondamentale per far sì che il lavoro in campagna non sia pericoloso per la salute, sia degli agricoltori che dei cittadini.

LOMBARDIA

"La faccia giovane dell'agricoltura lombarda"

La Regione Lombardia punta ai giovani e, tra le altre attività, realizza la mostra "La faccia giovane dell'agricoltura lombarda" al Museo della Scienza e della Tecnologia di Milano: una location suggestiva e una prospettiva di rinnovato sviluppo del territorio legata ad un'agricoltura in evoluzione, che migliora la vita.



speciale

LE AZIENDE "ROSA" INNOVATIVE E MULTIFUNZIONALI

di Angelo Bolognini
Sviluppo agricolo e multifunzionalità



L'agricoltura italiana si sta trasformando. Non solo perché si sta cercando di tornare a una agricoltura più sostenibile, ma perché si sta cercando di fare qualcosa di nuovo. In questi anni, infatti, si sono sviluppate molte iniziative che puntano a creare aziende innovative e multifunzionali. Queste aziende non si limitano a produrre prodotti agricoli, ma offrono anche servizi e attività che coinvolgono i cittadini. In questo modo, si crea un legame più stretto tra agricoltura e territorio, e si contribuisce allo sviluppo rurale.

Trentino è una delle regioni che ha fatto più progressi in questo campo. In Trentino, infatti, si sono sviluppate molte iniziative che puntano a creare aziende innovative e multifunzionali. Queste aziende non si limitano a produrre prodotti agricoli, ma offrono anche servizi e attività che coinvolgono i cittadini. In questo modo, si crea un legame più stretto tra agricoltura e territorio, e si contribuisce allo sviluppo rurale.

P.A. TRENTO

Articoli su Terra trentina

La Provincia Autonoma di Trento punta sulla pubblicazione di articoli nella stampa locale dedicati al Programma di Sviluppo Rurale. L'attenzione a tematiche connesse all'innovazione aziendale nel mondo rurale, favoriti anche dal ricambio generazionale e dall'imprenditoria femminile, si manifesta, in particolare, all'interno della rivista Terra Trentina.

PIEMONTE

Agricoltura: ricambio generazionale

Giovani e multifunzionalità delle aziende agricole sono



le due tematiche fondamentali che costituiscono l'anima di due dei quattro documentari prodotti dalla Regione Piemonte. Proiettati sulle principali emittenti televisive, i video sono stati utilizzati anche durante momenti formativi e manifestazioni.

Creatività, sceneggiatura, regia, fotografia e sound design 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 della professione dell'agricoltore che si sceglie quasi sempre, prima di tutto, per passione; l'anziano che lo accompagna è la sua guida nell'affascinante mondo rurale.

La Diversificazione e multifunzionalità hanno permesso a numerose aziende di disegnarsi un nuovo ruolo e futuro: nel filmato sul ricambio generazionale sono trattati anche argomenti topici come la misura 112 (insediamento giovani agricoltori) 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."

CALABRIA

Manifestie avvisi stampa per la campagna "Più valore al territorio"

L'enfasi della campagna sul PSR Calabria verte sulla spesa destinata allo sviluppo rurale per sostenere i giovani e valorizzare il territorio, al fine di realizzare un modello "competitivo, sostenibile, integrato e multifunzionale". Il messaggio è chiaro e la parte grafica è di effetto: l'elemento stilizzato del trattore è un forte elemento di distintività e riconoscimento della campagna, ma il manifesto evoca anche i risvolti futuri dell'agricoltura con la presenza di un giovane e un bambino. Una linea comunicativa che si riflette anche negli annunci stampa, utilizzando il medesimo format.



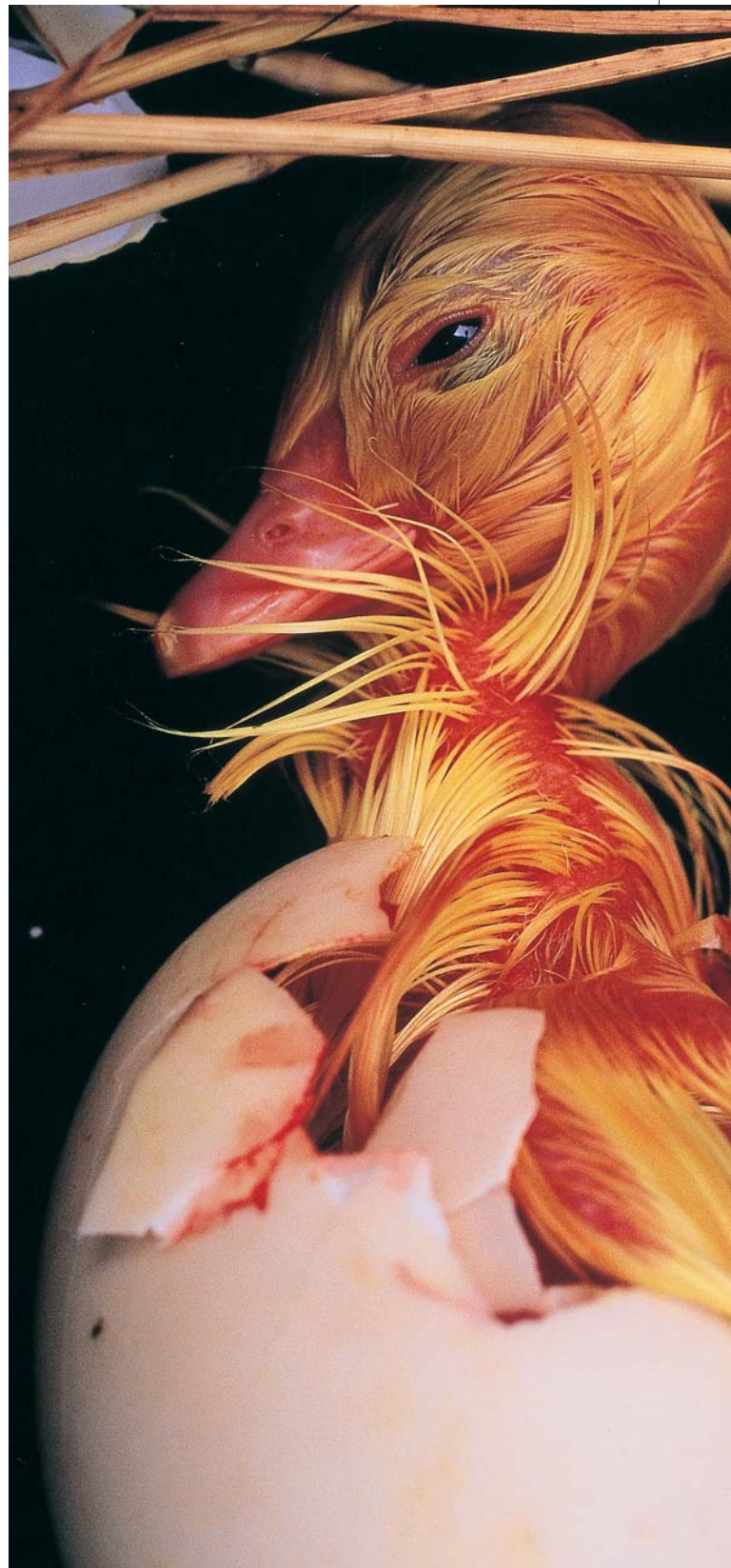
EXTENDED SUMMARY

“Talking the right language”: this is the must-do thing

I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except



LE IMMAGINI PARLANO CHIARO: PIÙ AGRICOLTURA, PIÙ BENI PUBBLICI

Una campagna di comunicazione a tappeto per rendere la condizione meno criptica, facilitandone l'attuazione e divulgandone gli obiettivi.

Il Piano di comunicazione condizionalità della RRN è articolato su tre fasi: l'informazione diretta a tecnici e consulenti, la diffusione sul territorio e sulla stampa di materiale divulgativo (circa 15000 poster, 87000 brochure, 11000 CD), anche grazie alla collaborazione con l'OIGA - Osservatorio per l'Imprenditoria Giovanile in Agricoltura – e un evento internazionale come il GAEC Workshop 2010.

Di grande impatto pubblico è stato anche il Catalogo nazionale dei paesaggi rurali storici, curato dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, che valorizza un grande patrimonio che l'agricoltura ha contribuito fortemente a costruire. Un'importante pubblicazione stampata in circa 2000 copie e presentata nella tv pubblica, su 5 quotidiani nazionali e locali, oltre che in circa 20 eventi in Italia e all'estero. Queste e altre informazioni sulle tematiche ambientali applicate all'agricoltura sono sempre accessibili ai cittadini sul portale www.reterurale.it



MOLISE

Agricoltura a tutela dell'ambiente

Ortofrutta, pascoli, foreste: il Molise offre queste immagini nel video sull'asse 2 del Programma di Sviluppo Rurale, che fa parte di una serie di video sintetici sugli assi dello sviluppo rurale regionale. Caratterizzazione genuina della campagna e dei suoi prodotti e musiche della tradizione popolare ricordano come la Regione premi l'agricoltura che protegge le risorse naturali e, oltre ad offrire alimenti sani, assicura servizi per l'ambiente.



EMILIA ROMAGNA

"Terra unica"

Terra Unica è una serie di 4 puntate dedicate a illustrare i principali temi del PSR dell'Emilia Romagna: i passaggi nelle tele-



visioni locali assicurano un forte impatto sui cittadini, rendendo divulgative anche per un pubblico più ampio tematiche quali la semplificazione e l'innovazione in agricoltura, o la qualificazione delle produzioni agroalimentari.

In particolare, la puntata dedicata al rapporto città-campagna e alle misure del PSR di carattere agroambientale è un veicolo per rendere più chiaro il contributo dell'agricoltura alla conservazione delle aree verdi, nonché a capire qual è il valore aggiunto della campagna, oltre alla produzione di materie prime.

CAMPANIA

Condizionalità e agricoltura sostenibile

La Regione Campania utilizza lo strumento della brochure per illustrare in modo più divulgativo i nuovi impegni di condizionalità nel 2010. Una materia complessa che viene fortemente semplificata non solo da un'ottima sintesi, ma anche dalla rappresentazione in vignetta di come i servizi di consulenza finanziati dal PSR possano supportare gli agricoltori nel rispettare le norme, ovvero garantire standard elevati di difesa dell'ambiente e del territorio, sicurezza alimentare e benessere animale. Anche questo è un modo per avvicinare i cittadini ad un'agricoltura sostenibile.



VENETO

Premio internazionale di fotografia Diari della Terra

Il Veneto punta sulla valorizzazione delle aree e del patrimonio rurale regionali in modo alternativo e di forte impatto per il pubblico: il premio internazionale di fotografia Diari della Terra è stata un'occasione per rappresentare la ricchezza del mondo rurale regionale con un taglio fortemente evocativo. Così locandine, calendari e cataloghi si riempiono dei



colori di una campagna produttiva ma allo stesso tempo poetica, vista dagli occhi di fotografi italiani e stranieri: un messaggio rafforzato da una campagna radio e dalla presentazione delle fotografie in una cornice di forte impatto per i cittadini, come Venezia.

Le radio locali sono state coinvolte anche sullo spot sul bando agroambiente regionale. Rivolto sì ai potenziali beneficiari, ma permette di far conoscere al pubblico le formule di investimento offerte dal PSR per favorire le pratiche di gestione agroforestali ecocompatibili.

CALABRIA

Omaggio ai paesaggi

Lo spot della Regione Calabria rende omaggio ai paesaggi caratterizzanti regionali, un territorio ricco di risorse naturali da preservare anche attraverso le possibilità offerte dallo sviluppo rurale: oltre agli aspetti relativi alla competitività e alla qualità della vita, si mette in risalto la necessità di realizzare un paesaggio rurale fruibile, anche attraverso la valorizzazione delle aree verdi e la tutela del patrimonio floristico regionale.



EXTENDED SUMMARY

Images that speak clearly: + agriculture, + public goods

I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever



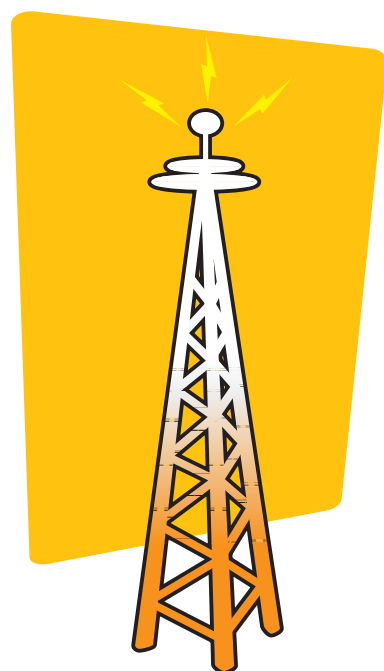
“BIOLOGICO” E “TIPICITÀ” LE PAROLE PER UN CITTADINO CONSUMATORE CONSAPEVOLE

LA RETE RURALE: SPOT RADIOFONICO SULLA QUALITÀ

La Rete Rurale Nazionale illustra con una nutrita campagna radio (oltre 140 emittenti) le carte vincenti dei prodotti Made in Italy: qualità e tipicità.

I cittadini consumatori vengono informati in modo asciutto e diretto sulle azioni messe in campo dalla politica di sviluppo rurale per incentivare la produzione e la valorizzazione dei prodotti di qualità: certificazione, tracciabilità e marketing territoriale

229 marchi DOP e IGP, 392 vini DOC e DOCG, oltre 1 milione di ettari coltivati a biologico: sono questi i numeri delle eccellenze che costituiscono il primato italiano in Europa. In tal modo il pubblico sa di poter contare su un sistema agroalimentare ricco di peculiarità territoriali, differenziato nei sapori e controllato.



PIEMONTE



Cos'è la nuova agricoltura

Un'agile brochure informativa per il Piemonte, che racconta al pubblico dei cittadini come la "nuova agricoltura" sostenuta dal PSR sia promotrice di qualità e stagionalità degli alimenti, trasformazioni agroindustriali sostenibili, multifunzionalità.

Il linguaggio è semplice e l'uso di immagini fotografiche di impatto comunica le tematiche e gli interventi più significativi del PSR, con taglio narrativo e attraverso situazioni di facile immediatezza.

Stampata in 50 mila copie, la brochure è stata distribuita nel 2011 attraverso URP, scuole, sportelli informativi, strutture turistiche, parchi, manifestazioni, ecc. e ogni altro canale adatto a un'ampia diffusione ai cittadini.

BASILICATA

Il legame del prodotto con il territorio

La Basilicata approfondisce la tematica qualità attraverso un viaggio tra i prodotti "forti" regionali: vino, olio, ortofrutta, formaggi.



Costruire un vero e proprio sistema di sviluppo rurale che guardi al paesaggio, al territorio, all'ambiente, alla salute, per promuovere la modernizzazione delle imprese agricole che devono essere sempre più capaci di innovare i cambiamenti.

di IRANNA DE MEO



Le pagine di Basilicata Rurale, rivista cofinanziata dal FEASR e in collaborazione con L'informatore agrario, stimolano gli agricoltori a percorsi condivisi di certificazione e di filiera, invitando i consumatori a scegliere prodotti tipici, con il valore aggiunto del territorio d'origine e in molti casi premiati in manifestazioni internazionali sull'agroalimentare.

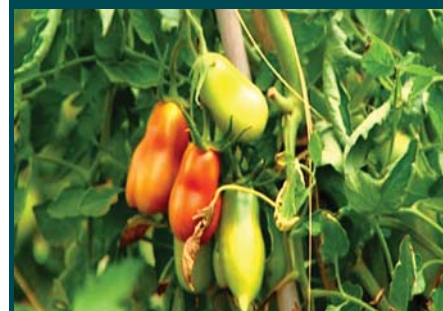
LAZIO

DVD "La qualità sviluppa l'agricoltura"

Qualità come volano di sviluppo dell'agricoltura: il Lazio punta decisamente sulla valorizzazione del territorio e dei prodotti agroalimentari locali.

Con il DVD La qualità sviluppa l'agricoltura la Regione illustra le caratteristiche agricole e ambientali del territorio rurale laziale, evidenziando le possibilità che il Programma di Sviluppo Rurale mette a disposizione degli agricoltori per una crescita competitiva e rispettosa dell'ambiente.

Un focus specifico (oltre 5000 passaggi radio) vuole informare anche il pubblico sulle finalità della Progettazione Integrata di Filiera (PIF): strumento finanziario e tecnico specifico per incentivare, migliorare e razionalizzare la filiera agricola in cui operano diversi attori, con la possibilità di "fare sistema" e individuare strategie condivise per promuovere i prodotti di qualità regionali.



EXTENDED SUMMARY

“Organic” and “typicity”: the words of a well-informed citizen-consumer



I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there

anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue

ANCHE GLI STRUMENTI EVERGREEN SPIEGANO LA GREEN ECONOMY

Il sostegno all'innovazione nell'ambito dello sviluppo rurale, mira a promuovere l'applicazione di tecnologie, prodotti e processi finalizzati al miglioramento dell'accessibilità, alla semplificazione delle procedure, nonché alla diffusione di modelli operativi e gestionali riconducibili alla cosiddetta green economy, con particolare riferimento allo sviluppo delle energie rinnovabili.

In quest'ottica vanno lette le iniziative nazionali e locali che promuovono l'uso di tecnologie volte al risparmio energetico, raccogliendo la sfida della PAC soprattutto a seguito dell'Health Check, rivolgendosi all'opinione pubblica per sensibilizzarla sui risultati raggiunti tramite gli investimenti effettuati attraverso i PSR.

LA RETE RURALE: AGRICOLTURA, ENERGIA E BANDA LARGA

"L'agricoltura, un serbatoio strategico nella lotta all'effetto serra": questo il key message del pubblicredazionale della RRN dedicato al tema energetico e volto a sensibi-

"L'Unione Europea ha raccolto la sfida contenuta nelle politiche internazionali volta a favorire uno sviluppo sostenibile, inteso come processo finalizzato al raggiungimento di obiettivi di miglioramento ambientale, economico, sociale ed istituzionale"

lizzare l'opinione pubblica sulla necessità di incentivare la produzione delle agroenergie per perseguire uno sviluppo sostenibile. E' infatti considerata strategica la potenzialità dei processi agricoli con riferimento alla produzione di energia, per cui svolge un ruolo determinante lo sviluppo tecnologico applicato a filiere come quelle delle biomasse e dei reflui zootecnici.

Informare il cittadino su come gli investimenti effettuati nell'ambito dello sviluppo rurale incidano su questi aspetti è al centro della campagna stampa pianificata dalla Rete Rurale Nazionale che, a partire dalle principali tematiche del PSN, mira ad offrire un'informazione puntuale, corredata di dati numerici circa fabbisogni energetici e comparti coinvolti.

Innovazione tecnologica, superamento dell'isolamento delle aree rurali, inclusione sociale: sono solo alcuni dei benefici derivanti dalla diffusione della banda larga. L'annuncio stampa veicolato sulle principali testate generaliste nazionali e di settore vuole sensibilizzare il cittadino su come la creazione di un "ponte digitale" nelle aree rurali abbia notevoli ricadute economiche nel settore agroalimentare con benefici per tutta la società.



UMBRIA

Green economy a tutto biogas

Approccio giornalistico, grafica accattivante e linguaggio immediato: in questo modo la Regione Umbria tratta la tematica della green economy e dello sviluppo sostenibile nella Rivista Umbria Agricoltura.

A tutto biogas, l'articolo tematico con cui la Regione vuole sensibilizzare i lettori su come gli impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili destino sempre maggior interesse sia perché vanno incontro ad un'esigenza ormai diffusa di tutela dell'ambiente, sia in quanto rappresentano una possibilità di investimento.



MOLISE

Un piano di azione per le Biomasse



Informare in maniera dettagliata ed esaustiva il cittadino e non solo, questo l'obiettivo della Regione Molise che ha realizzato e diffuso la brochure tematica "Piano di azione per le Biomasse".

La brochure, con linguaggio chiaro e grazie all'utilizzo di immagini, fornisce un quadro regionale puntuale per il settore delle biomasse agroforestali delineando le strategie di sviluppo nel medio e lungo periodo secondo criteri di sostenibilità ambientale e convenienza economica.

EMILIA ROMAGNA

"Burocrazia a chilometro zero"

Emilia Romagna e innovazione: un connubio vincente, che manifesta la sua naturale espressione nel progetto "Burocrazia a chilometro zero". La Regione promuove attivamente la lotta contro le complesse procedure burocratiche e invita gli imprenditori agricoli ad usufruire dei servizi direttamente sul web. L'approccio comunicativo che accompagna la diffusione della notizia è fresco ed immediato, come testimoniano lo spot radio e l'annuncio stampa.

Alla semplificazione burocratica e all'innovazione nel Programma di Sviluppo Rurale è stata dedicata anche una delle puntate di "Terra Unica", la serie di approfondimenti televisivi promossa dalla Regione e dedicata alla divulgazione di tematiche sullo sviluppo rurale.



BASILICATA

L'energia della filiera del legno



La scelta comunicativa adottata dalla Regione Basilicata riserva alla tematica dell'energia e dello sviluppo sostenibile l'evento "LegnoEnergia". Una manifestazione ad hoc - Legno Energia, prima fiera nazionale nel Sud Italia - che si presenta come occasione per approfondire le dinamiche del comparto agroforestale e conoscere le opportunità offerte nell'ambito della filiera per la trasformazione e la commercializzazione del legno. In Basilicata, infatti, il settore forestale finalizzato alla produzione di biomasse per fini energetici presenta interessanti opportunità di crescita. In quest'ottica, per promuovere l'evento e supportare mediaticamente l'intera manifestazione, vista anche la necessità di raggiungere un target ampio, la Regione ha realizzato uno spot radiofonico e video.

PIEMONTE

Agricoltura: la vedi, la vivi, la mangi

"Nuova agricoltura" è una brochure informativa che utilizza un linguaggio semplice e immagini fotografiche di impatto, così la Regione Piemonte si rivolge al grande pubblico dei cittadini. L'obiettivo è comunicare le tematiche e gli interventi più significativi del PSR con taglio narrativo e attraverso situazioni di facile immedesimazione. Diverse le tematiche affrontate tra cui un focus sulle energie rinnovabili e sui benefici che l'adozione di quest'ultime producono per l'ambiente e conseguentemente per l'intera comunità.



VALLE D'AOSTA

Finanziamenti per le rinnovabili



Ben articolata, con un piano media differenziato, la campagna di comunicazione della Regione Autonoma Valle d'Aosta che per le tematiche inerenti le energie rinnovabili ha realizzato delle targhe con immagini di impatto ed un messaggio volto a pubblicizzare quali gli interventi finanziabili con le misure del PSR.

EXTENDED SUMMARY

Also evergreen instruments can explain the green economy



I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some

great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there

TV E CINEMA: UNO SGUARDO DENTRO IL TERRITORIO

MOLISE

Quando è il video a raccontare il PSR

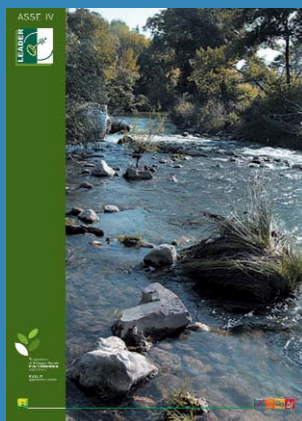
Da una serie di cinque filmati realizzati sul PSR, dura 45" e vuole portare a conoscenza dei cittadini le modalità operative degli interventi finanziati con il PSR Molise 2007/2013, creando le condizioni per un accesso trasparente e semplificato.

La diffusione dei video è veicolata attraverso le cinque emittenti locali: Telemolise, Telemolise 2, Tele regione, TLT-Teletigno, e TVI Molise. Il filmato punta sulla valorizzazione dei territori attraverso i GAL, con particolare attenzione alle tematiche giovani (ricambio generazionale e diversificazione) energia (sviluppo delle agroenergie per integrare il reddito aziendale), biodiversità (un patrimonio custodito dal mondo rurale) e banda larga (come ponte digitale per l'inclusione sociale).



CAMPANIA

Brochure "Asse 4 Leader"

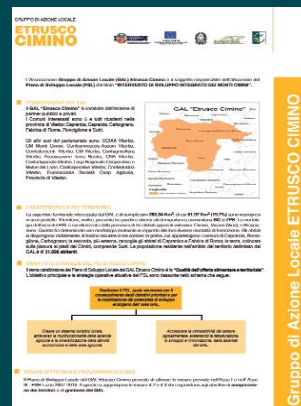


Per la Campania una brochure di 16 pagine a colori per informare cittadini e agricoltori illustrando i contenuti dell'Asse IV del PSR; l'obiettivo dichiarato è quello di valorizzare e promuovere le risorse autoctone dei territori per stimolare processi di sviluppo endogeno, nonché per rendere maggiormente dinamico e competitivo il tessuto economico produttivo delle aree rurali. Si descrive l'articolazione dell'Asse definendo ad esempio le tipologie di intervento, l'area di riferimento, la relativa spesa e la documentazione richiesta: un chiaro strumento di informazione generale ed anche tecnica.

LAZIO

7 schede per 7 GAL

La pubblicazione delle schede di sintesi dei 7 GAL regionali del Lazio (Etrusco Cimino, Castelli Romani e Monti Prenestini, In Teverina, Versante Laziale del Parco Nazionale d'Abruzzo, Sabino, Ernici Simbruini e Tuscia Romana) rappresenta la messa a disposizione dell'utenza di strumenti sintetici ed agili per inquadrare i gruppi di azione locali, la loro composizione, il territorio di riferimento con le principali peculiarità, i temi catalizzatori delle attività del gruppo nonché le misure approvate nel programma di spesa. Questa ultima parte è supportata da chiare tabelle illustrative che riportano la descrizione degli interventi per misura, evidenziando anche il ruolo del partenariato.



BASILICATA

“Basilicata coast to coast”

Promozione del territorio, sviluppo e potenziamento dell'immagine vera e autentica della “Basilicata Rurale”, impulso al marketing territoriale legato ai servizi e alle produzioni locali.

Sono gli obiettivi perseguiti dai sei Gal lucani che hanno aderito all'iniziativa di finanziare la Paco Cinematografica, casa di produzione del fortunato film di Rocco Papaleo Basilicata Coast to Coast, anche attraverso l'Asse 4 (Leader) del PSR regionale: GAL Basento Camastra, Akiris, Cosvel, La Cittadella del Sapere, Le Macine e infine Sviluppo Vulture Alto Bradano.

I territori ricadenti nelle aree dei Gal interpretano il ruolo di protagonisti attraverso sapori e colori di uno stile di vita lento e autentico.

Il film, premiato con tre David Donatello e due Nastri d'argento per migliore regia e migliore colonna sonora, nel 2010, promuove l'immagine della Basilicata Rurale nel mondo.



EMILIA ROMAGNA

Passeggiate rurali



Per l'Emilia Romagna un video della durata di 3 minuti, che fa parte della serie di 5 puntate della trasmissione “Passeggiate Rurali nel PSR”, messa in onda nelle 7 emittenti regionali (7 GOLD SESTARETE, TELESANTERNO, TELESTENSE, NUOVA RETE, TV PARMA, TELEREGGIO e TRC MODENA) dal 21 settembre al 26 ottobre 2010.

E' incentrato sul tema dello sviluppo e valorizzazione dei territori rurali e mira a rendere chiara la funzione e l'operato dei Gruppi di Azione Locale (GAL). Il linguaggio semplice dei tecnici intervistati e l'ambientazione negli agriturismi della montagna bolognese contribuiscono ad illustrare ai cittadini quali sono i compiti dei GAL e quali progetti sono stati realizzati nelle aziende. Ne sono alcuni esempi la ricostruzione della filiera completa, dall'allevamento fino ai prodotti confezionati, del Suino Nero (GAL Soprip), l'organizzazione della vendita diretta del parmigiano reggiano da parte di piccoli produttori (GAL Antico Frignano), la valorizzazione turistica delle aree umide anche attraverso il birdwatching ed altre forme di turismo innovativo.

Per approfondimenti i protagonisti del filmato rimandano al sito regionale dell'agricoltura www.ermeagricoltura.it, dove è possibile trovare anche la guida sintetica al PSR, lo “sportello dell'agricoltore” ed anche una pagina per i consumatori, ricco di informazioni utili.

EXTENDED SUMMARY

TV and cinema: a glance into the territory

I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circum-

stances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, exce

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who



“PARTECIPO DUNQUE SONO”: IL FUTURO DELLE POLITICHE DI SVILUPPO RURALE È CONDIVISO

Mettere in moto la cosiddetta “intelligenza collettiva” può facilitare i processi decisionali anche delle amministrazioni pubbliche: anche per questo il social networking è in continua crescita. Il motivo è noto: il mezzo (la rete), il linguaggio (diretto), la capacità di elaborare molta informazione e di produrre decisioni fortemente legittimate (dalla community) e soprattutto il grande merito di far parlare fra loro in maniera concreta istituzioni, stakeholders, associazioni, cittadini. Si va dal classico blog all'utilizzo dei social network più conosciuti come facebook o twitter, alla costruzione di piattaforme di condivisione “cucite” su misura, considerando obiettivi, contenuti e soprattutto target. Condivisione di foto, video e dirette streaming fanno parte del dna di questi strumenti.

LA RETE RURALE: YOURURALNET E LEADERBOOK

La Rete Rurale Nazionale ha investito con convinzione su questi new media. Ha costruito così YouRural net, una community per i giovani agricoltori che offre l'opportunità di discutere sul web di attività, soluzioni pratiche, innovazioni, opportunità di formazione, confrontandosi e trovando risposte concrete. YouRural Net nasce da una lunga osservazione sul campo e da ricerche, indagini,

focus group che hanno confermato come per i più giovani, al di là delle informazioni reperibili sui canali più istituzionali (come i quotidiani, i periodici specializzati, l'ente di riferimento) oggi sia decisivo il potersi confrontare con le esperienze dei coetanei, le best practices, le innovazioni realizzate in altri Paesi. E discuterne, trovando complicità e partecipazione. Offre la possibilità, una volta iscritti, di partecipare a dei gruppi di lavoro (ad esempio opportunità, tradizione e innovazione, multifunzionalità, territorio, formazione) ai quali contribuire con post, di raccontare la propria storia attraverso un



blog, di porre domande e ottenere risposte attraverso un sistema di question & answers, e ancora di rimanere sempre in contatto con la comunità attraverso le notifiche via mail.

Un altro strumento di social networking della Rete è Leaderbook, pensato per favorire lo scambio orizzontale di informazioni e risorse fra gli attori di Leader. L'idea di attivare uno strumento del genere nasce dalla considerazione che il Leader è un ambito di azione caratterizzato da una propria storia, cultura, lessico, utenti, relazioni; per gli attori di Leader non è più sufficiente ricevere materiali di comunicazione unidirezionali: hanno bisogno di essere parte attiva dello sviluppo del quadro conoscitivo dell'approccio Leader (e detengono conoscenze indispensabili allo scopo). Nasce così questo luogo di incontro capace di favorire lo scambio orizzontale di informazioni e risorse che sia una reale fonte di crescita professionale. Chi utilizza Leaderbook può in autonomia creare pagine "personali" ma anche sottogruppi tematici per tipologie dominanti di problemi e aree di interesse

LA RETE RURALE E I RAGAZZI: Rural4Kids e Rural4TEENS



In Rural4Kids e Rural4teens, i progetti della Rete rivolti rispettivamente alle scuole primarie e a quelle secondarie, si è puntato invece sul blog. E dai bambini, "nativi digitali", non poteva che arrivare una risposta entusiasta a questo mezzo. Assistiti dalle maestre e dalle insegnanti, hanno riportato sul web le loro esperienze rispetto al mondo rurale, alla biodiversità, all'ambiente, innescando anche una simpatica "competizione" a colpi di post, fra le classi. Se

Rural4Kids ha celebrato il 2010 come anno internazionale della biodiversità, Rural4Teens è legato al ventaglio di iniziative previste per la celebrazione del 2011 come "Anno internazionale delle foreste", e punta a trasferire alle giovani generazioni il grande valore culturale, socio-economico e ambientale del paesaggio rurale e il suo legame con lo sviluppo rurale.



MARCHE

Un blog dedicato al Psr



Fra le regioni italiane, un esempio di utilizzo concreto di questi strumenti viene dalle Marche, che con un blog dedicato al PSR voluto "tastare" il polso dei cittadini soprattutto rispetto alle azioni di marketing non convenzionale. Ma non solo: il blog è stato utilizzato anche per discutere rispetto a tematiche di rilievo come quella delle agroenergie, o del rapporto tra architettura e paesaggio rurale.

VENETO

Conferenza regionale dell'Agricoltura anche online

Il Veneto, nell'ambito della Conferenza regionale dell'Agricoltura e dello sviluppo rurale ha avviato una vera e propria consultazione pubblica on line, che ha rilevato come attorno a tematiche quali quelle del-



l'ambiente e del territorio sia possibile catalizzare l'attenzione non solo degli addetti ai lavori, ma del cittadino in genere.



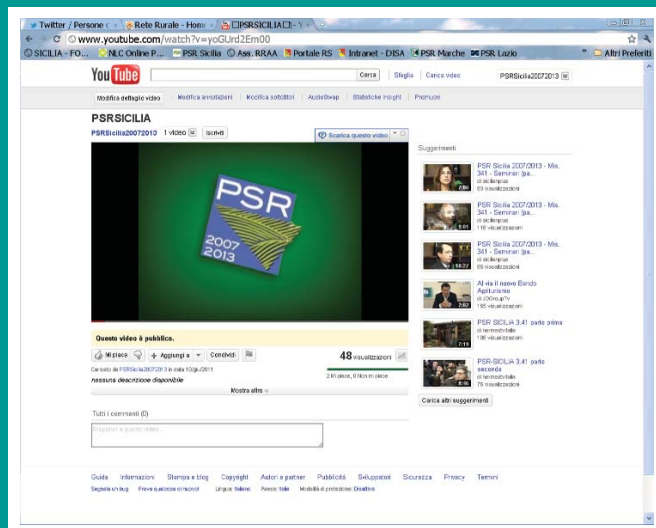
SICILIA

PSR su Facebook, Twitter, LinkedIn e You Tube

La Sicilia declina l'informazione sul PSR tramite quattro tra i più famosi social network (Facebook, Twitter, LinkedIn e You Tube), stabilendo un filo diretto sulle opportunità della programmazione. In questo senso è evidente la potenzialità che offre all'istituzione



l'aprirsi direttamente su un grande canale di networking on line, dove una risposta centrata ad una problematica di un utente ha un'immediata espansione a macchia d'olio su tutta una serie di potenziali beneficiari. Anche così si mette in moto l'intelligenza collettiva.



EXTENDED SUMMARY

"I participate, therefore I am" Rural development policies: a shared future

I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are

extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful.

Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever



*Marketing
non convenzionale,
viral, buzz,
guerrilla, tribal*

SE L'AGRICOLTURA STUPISCE IL CITTADINO





QUANDO IL CITTADINO ENTRA IN CAMPO

Marketing non-convenzionale, viral, buzz, guerrilla, tribal. Lo si può chiamare in tanti modi. Sta di fatto che in ogni caso questo tipo di comunicazione si serve di una creatività (anche a basso costo) molto incisiva, capace di attivare l'attenzione del pubblico, altrimenti troppo "assuefatto" alle tradizionali campagne informative o

pubblicitarie. Utilizza format e canali comunicativi alternativi e soprattutto include il cittadino (che da "consumer" diventa "prosumer") nel processo produttivo/distributivo, sfruttandone la capacità di diffondere il messaggio in maniera "virale". Queste azioni promozionali, molto utilizzate dalle aziende, negli ultimi anni hanno preso piede anche fra le istituzioni, che spesso le includono nelle loro campagne di comunicazione per veicolare con maggior efficacia i propri messaggi, ma anche nel terzo settore, che ne fa uso per

stimolare la sensibilità del pubblico su tematiche di tipo sociale o ambientale.

Se sapientemente utilizzate e miscelate, e soprattutto non svuotate di contenuto in nome dell'effetto-sorpresa, le azioni di marketing non convenzionale possono ottenere ottimi risultati e "fissare" con efficacia nelle persone ciò che si vuole veicolare: in questo senso anche le campagne e lo sviluppo rurale possono beneficiarne in termini di divulgazione al pubblico delle politiche future.



MARCHE

Il futuro delle Marche è QUI

Le Marche hanno sviluppato a partire dal 2009 azioni di comunicazione non convenzionale, per diffondere con tempestività la conoscenza delle opportunità offerte dal PSR a tutti i cittadini. In questo caso, si è trattato di utilizzare la strada (street marketing) o il paesaggio rurale (ambient marketing) per incontrare i cittadini al di fuori dei luoghi e degli spazi nei quali si è abituati a ricevere campagne di informazione o messaggi promozionali. Ed ecco che il messaggio "Il futuro delle Marche è QUI", per sottolineare l'importanza dell'agricoltura nella tutela del territorio, a beneficio del cittadino, è stato declinato in varie forme: materiale di comunicazione calpestabile sui camminamenti, poster in corrispondenza degli alberi, affissione orizzontale sulle piste ciclabili. E i bambini a comporre una grande scritta "QUI" con le bandierine sul prato. La stessa scritta che hanno potuto vedere migliaia di automobilisti sull'autostrada A14 tra Ancona Sud e Ancona Nord, insieme a grandi sagome bidimensionali delle mucche, disposte sui terreni agricoli grazie alla collaborazione con le aziende locali.



CALABRIA



Terre di Calabria in movimento

Si ispira all'ambient marketing, che sfrutta i luoghi ed i tempi del vivere quotidiano trasformandoli in esperienze pubblicitarie, il Treno charter "Terre di Calabria in movimento", realizzato dalla Regione Calabria per far conoscere lungo l'intero territorio nazionale le bellezze paesaggistiche della regione ed informare sul Programma di sviluppo rurale e sulle relative misure. Il treno, lungo oltre cento metri e decorato con lo sfondo del layout istituzionale del PSR Calabria, ha visitato tredici città italiane (Milano; Torino; Alessandria; Brescia; Trento; Padova; Trieste; Rimini; Firenze; Ancona; Roma; Lamezia Terme; Reggio Calabria), ospitando all'interno delle sue carrozze dal naming suggestivo (Il Mercato, Il Campo, La Masseria), un percorso - mostra, che offriva informazioni sul Programma di Sviluppo Rurale e le sue misure. Sono inoltre state distribuite delle cartoline "gratta e scopri" all'interno di un Infopoint, affinché ogni visitatore potesse ricevere uno dei gadget (piantine aromatiche, penne o palloncini) e ricordare anche in seguito l'esperienza. La campagna ha utilizzato anche altri supporti: poggiatesta, crowner e tabelle per veicolare il messaggio, per la durata di 1 mese e su 10 treni ad alta velocità. In questo caso, la Calabria ha sfruttato appieno quello che è uno dei "non luoghi" (vd. M. Augé) per eccellenza, cioè la stazione ferroviaria, dove il marketing e la comunicazione diventano parte integrante dell'esperienza quotidiana del visitatore, essenza stessa del "non luogo".

EXTENDED SUMMARY

If agriculture amazes the citizen

I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of it-

I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of it-



TITOLI DI CODA CREDITS

Documento prodotto nell'ambito della Rete Rurale Nazionale 2007-2013
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali - CORVIR II
Dirigente: Graziella Romito



RESPONSABILE DEL PROGETTO:
Camillo Zaccarini Bonelli



COORDINAMENTO:
Francesco Serafini, Federica D'Aprile



CONTRIBUTI:

Letizia Atorino
Elisabetta Cardosi
Federica D'Aprile
Andrea Festuccia
Avelio Marini
Modesto Panaro
M.L. Pettignano
Francesco Serafini



GRAFICA E IMPAGINAZIONE:
Roberta Ruberto



RINGRAZIAMENTI:
Si ringraziano le Regioni e Province Autonome
per la collaborazione e per il materiale fornito,
Andrea Romano e Mario Cariello per il supporto tecnico.

RETE RURALE NAZIONALE 2007-2013
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
Dipartimento delle politiche competitive del mondo rurale e della qualità
Direzione generale della competitività per lo sviluppo rurale
Via XX Settembre, 20 - 00187 - Roma

www.reterurale.it

1718
növ
2011

