

**17 novembre 2011**

**Regione Lombardia**

**Agricoltori protagonisti della comunicazione ai cittadini**

Relatori: Massimo Ornaghi, *Autorità di Gestione del PSR della DG Agricoltura di Regione Lombardia* e Rosamaria Prevosto, *Responsabile Unità Operativa Comunicazione della DG Agricoltura di Regione Lombardia*

*La Direzione Generale Agricoltura di Regione Lombardia ha ideato una campagna di comunicazione ai cittadini sui temi del PSR 2007-2013 molto articolata e complessa che, veicolata a partire proprio dal capoluogo lombardo, si estende a macchia d'olio all'intero territorio regionale attraverso i principali mezzi di comunicazione: pubblicità (carta stampata, radio, televisione e affissione), web e mostra. La campagna è raccontata nella sua completezza nel sito web [www.lafacciaoiovanedellagricolturalombarda.it](http://www.lafacciaoiovanedellagricolturalombarda.it) che raccoglie i materiali ideati e le redemption ottenute in termini di interesse giornalistico. Come la campagna, che si arricchisce di giorno in giorno di nuovi strumenti, anche il sito web si arricchisce di giorno in giorno di nuovi spunti e commenti. Per questo Regione Lombardia ha scelto di utilizzare la navigazione online come strumento di presentazione della propria azione informativa nel territorio.*

**Massimo Ornaghi (MO):** Buongiorno a tutti i presenti, sono Massimo Ornaghi Autorità di Gestione del PSR della DG Agricoltura di Regione Lombardia e sono qui con la mia collega Rosamaria Prevosto Responsabile della Comunicazione della nostra Direzione Generale.

**Rosamaria Prevosto (RP):** Buongiorno a tutti anche da parte mia.

[www.lafacciaoiovanedellagricolturalombarda.it](http://www.lafacciaoiovanedellagricolturalombarda.it)

**MO:** In questa occasione vogliamo illustrarvi la campagna di comunicazione ai cittadini che è iniziata lo scorso settembre in Lombardia e che terminerà il prossimo gennaio. Una campagna quindi ancora in pieno svolgimento. E lo faremo attraverso il sito internet dedicato. "L'agricoltura cambia faccia alla tua vita!" è la headline che abbiamo scelto per una strategia di comunicazione che integra in modo funzionale diversi strumenti – dalla carta stampata, alle affissioni, alla radio e tv fino al web stesso e alla mostra. La campagna abbraccia l'intero territorio lombardo e muove dalla volontà di attirare l'attenzione su un'agricoltura sana, d'eccellenza, sicura, rispettosa dell'ambiente e del territorio portata avanti con passione e tenacia da 54.000 addetti ai lavori. E sono proprio le storie vere di questi agricoltori del territorio a costituire il fondamento della nostra azione di comunicazione.

<http://www.lafacciaoiovanedellagricolturalombarda.it/cms/campagna/stampa-e-affissione.html>

<http://www.lafacciaoiovanedellagricolturalombarda.it/cms/campagna/spot-video.html>

<http://www.youtube.com/watch?v=EVcUUmsiWtQ&feature=youtu.be>

<http://www.lafacciaoiovanedellagricolturalombarda.it/cms/campagna.html>

**RP:** La Direzione Agricoltura è da sempre attenta alle esigenze di comunicazione e sensibilizzazione degli agricoltori sui temi delle politiche agricole: in aggiunta alla comunicazione tramite il sito internet della Direzione, da oltre 25 anni viene spedito mensilmente a tutte le aziende agricole il magazine Lombardia

Verde (tiratura mensile: 80.000 copie) che ha anche un'edizione rivolta ai cittadini lombardi distribuita tre volte all'anno allegata all'edizione lombarda del Corriere della Sera; il nostro quotidiano nazionale più importante (tiratura Dossier: 400.000 copie). Lombardia Verde è inoltre disponibile on-line nella sua interezza e recentemente anche per IPAD, proprio per testimoniare l'attenzione all'evolversi dei tempi e delle esigenze di informazione.

[http://www.lombardiaverde.regione.lombardia.it/cs/Satellite?c=Page&childpagename=DG\\_Agricoltura/MILayout&cid=1213379943496&pagename=DG\\_AGRWrapper](http://www.lombardiaverde.regione.lombardia.it/cs/Satellite?c=Page&childpagename=DG_Agricoltura/MILayout&cid=1213379943496&pagename=DG_AGRWrapper)

**MO:** Questa campagna, quindi, si va ad inserire come un importante tassello in un percorso già avviato. Un tassello che risulta essere sicuramente meno tecnico nei contenuti, ma di maggior impatto e diffusione sia in termini di messaggi sia in termini di target di riferimento. Questo perché chiaramente si è scelto di colpire il maggior numero possibile dei 10 milioni di cittadini lombardi, con una estrazione ed una formazione estremamente eterogenea, raccontando in modo onesto e trasparente il saper fare dell'agricoltura lombarda. Questa scelta strategica di comunicazione muove *in primis* da uno studio pre-campagna commissionato al Prof. Mannheimer di ISPO che ha dimostrato come l'agricoltura risulti essere un comparto strategico per ben 8 cittadini lombardi su 10 anche se pochi hanno la percezione dell'importanza dei numeri del comparto agricoltura nella regione e delle caratteristiche di eccellenza dell'agricoltura lombarda e pochissimi (solo il 4% degli intervistati) sono a conoscenza dell'esistenza del Programma di Sviluppo Rurale. Con l'indagine che il Prof. Mannheimer farà a fine campagna sarà possibile accertare se la situazione sia effettivamente migliorata.

<http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/press-area/approfondimenti/conferenza-stampa-campagna.html> [3:10" – 3:32"]

**RP:** Lo stralcio del Prof. Mannheimer che abbiamo sentito è parte della conferenza stampa organizzata il 21 settembre scorso e che ha di fatto dato il via alla campagna. Una conferenza che ha coinvolto in modo particolare giornalisti e *stakeholder* del sistema; con una presenza di 150 ospiti tra cui oltre 30 giornalisti delle testate lombarde. E devo sinceramente dire che il coinvolgimento, come potete vedere alle mie spalle, è stato davvero forte tanto che gli *opinion leader* invitati hanno voluto giocare in prima persona con la campagna vestendosi, appunto, dell'agricoltura lombarda.

<http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/press-area/approfondimenti/conferenza-stampa-campagna.html>

<http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/mostra/gioco.html>

**RP:** Da questo coinvolgimento è nato un circolo virtuoso di richiesta di informazioni da parte dei giornalisti e approfondimenti sulle testate giornalistiche che hanno iniziato a pubblicare storie vere di agricoltura lombarda.

<http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/rassegna-stampa/carta-stampata.html>

[http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/files/carta-stampata/gazzetta\\_di\\_mantova\\_271011.pdf](http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/files/carta-stampata/gazzetta_di_mantova_271011.pdf)

[http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/files/carta-stampata/la\\_provincia\\_di\\_cremona\\_211011.pdf](http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/files/carta-stampata/la_provincia_di_cremona_211011.pdf)

**MO:** La campagna, che come abbiamo visto coinvolge i mezzi di comunicazione più classici, comprende inoltre uno strumento innovativo per il suo utilizzo; una mostra al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano: “La faccia giovane dell’agricoltura lombarda”. Una mostra a noi cara non solo per la tematica, ma soprattutto perché ci permette di elevare i contenuti e i concetti dell’agricoltura ad uno status di esperienza culturale. L’agricoltura fa cultura e si racconta in un contenitore di primaria importanza nel panorama culturale italiano che conferisce una sorta di “avvallo scientifico” alla mostra stessa.

<http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/rassegna-stampa/tv.html>

<http://www.youtube.com/watch?v=B4FGsvHFvE>

**RP:** Una mostra che, come ha spiegato Massimo e come avete visto nel video di C6TV, ha coinvolto direttamente gli agricoltori della Lombardia. Abbiamo scelto 14 *case history* in rappresentanza del comparto tra tutti coloro che hanno avuto accesso ai finanziamenti del PSR. Questi agricoltori, almeno uno per provincia lombarda, sono stati intervistati dalla curatrice della mostra Elisabetta Pozzetti che li ha aiutati a raccontare la loro esperienza e le loro unicità.

<http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/mostra.html>

**RP:** Abbiamo detto che la nostra è una campagna in continua evoluzione e che continua ad arricchirsi di “strumenti” e momenti di interazione tra la Regione e i cittadini. E’ il caso appunto dei mercatini dei prodotti tipici che si terranno al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano dove 40 aziende agricole del territorio porteranno in vendita i loro prodotti. Questi mercatini rappresentano un ulteriore strumento per continuare ad alimentare e far veicolare notizie “positive” su un comparto d’eccellenza. Tra l’altro lo stesso sito web che avete visto è stato concepito non solo come strumento di veicolazione della campagna, ma anche come contenitore per tutti gli operatori dell’informazione e della comunicazione dal quale attingere news e approfondimenti. Con questo chiudo il mio intervento e ringrazio tutti voi per l’attenzione.

<http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/mostra.html>

**MO:** Mi affianco ai saluti e ai ringraziamenti di Rosamaria e vi voglio lasciare con le parole di Paolo Locatelli, agricoltore lombardo presente in mostra che abbiamo scelto oggi per far parlare un “popolo silenzioso” che in Lombardia rappresenta solamente il 2% della popolazione che si prende cura dell’80% del territorio. Ecco perché appunto abbiamo voluto dar voce a queste persone eccezionali.

<http://www.lafacciagiovanedellagricolturalombarda.it/cms/mostra/interviste.html?start=8> [intervista a Paolo Locatelli]

**MO:** Grazie a tutti per l’attenzione.