



Campagna d'immagine "Grazie, contadini svizzeri"

Situazione generale

Le famiglie contadine svizzere sono confrontate, come tutte le famiglie analoghe in quasi in tutto il mondo, da una molteplicità di sfide. Nei prossimi anni, se ne aggiungeranno altre in ambito nazionale ed internazionale: p.es. il pacchetto di riforme della politica agricola 2014-17 con l'ulteriore sviluppo del sistema dei pagamenti diretti, la perdita di terreno coltivato, il cambiamento climatico ma anche la soppressione della protezione alle frontiere per via dell'accordo di libero scambio o una conclusione del round di Doha in seno all'OMC, e quindi con l'accrescente pressione d'importazione di prodotti alimentari e materie prime agricole estere più convenienti. D'altro canto, i contadini svizzeri si attengono a severe prescrizioni in materia di ecologia e protezione degli animali, producono in un ambito alquanto caro in termini di costi e sono limitati nella crescita per ragioni topografiche. Il persistere da 20 anni del processo di riforma, i prezzi in calo dei produttori e, di conseguenza, il reddito insoddisfacente hanno avuto come conseguenza la continua diminuzione del numero di aziende agricole che, nel 2010, è sceso sotto le 60'000 unità.

Situazione sociale di partenza

Mentre nei tempi passati, gran parte della popolazione era dedita o vicina all'agricoltura o era in relazione con la stessa, oggi solo il 3% delle persone attive, lavorano nell'agricoltura. Contrariamente al passato, oggi la maggior parte abita nelle città o nei loro agglomerati urbani. Queste persone svizzere hanno solo esigui punti diretti di contatto con la coltivazione originaria. Esse non conoscono né le loro prestazioni speciali, né la stagionalità dei prodotti. La campagna d'immagine "Grazie, contadini svizzeri" vuole sanare questa frattura tra la città e la campagna.

Campagna d'immagine "Grazie, contadini svizzeri"

Nell'anno 1998, l'immagine dei contadini svizzeri, dopo difficili contrasti politici, era giunta a livelli bassissimi. Per contrastare questo andamento, l'Unione Svizzera dei Contadini lanciò una campagna d'immagine, predisposta a lungo termine, dal titolo "Grazie, contadini svizzeri". Dalla sua introduzione, essa viene continuamente ampliata e comprende, nel frattempo, numerosi progetti parziali. L'obiettivo della campagna consiste nel curare i rapporti tra la città e la campagna, rafforzare la fiducia nell'agricoltura indigena e promuovere la vendita dei prodotti. I consumatori devono rendersi conto da dove provengono i generi alimentari e ciò che serve per rendere disponibile questa offerta di alto livello, dal punto di vista qualitativo. "Grazie, contadini svizzeri" vuole rendere visibili alla società le prestazioni complementari delle famiglie contadine, sottolineando il significato dell'agricoltura per il nostro paese.

Nell'anno 2006, la campagna mediatica venne professionalizzata nell'ambito di un concorso tra agenzie. Il nuovo avvio avvenne con una campagna di manifesti e inserzioni in cui personalità di spicco, provenienti dall'economia, dallo sport, dalla cultura e dallo show business, nella caratteristica camicia a stelle alpine, s'impegnano per i contadini. Da sondaggi, si è evinto che praticamente il 100 per cento della gente mette in relazione la camicia a stelle alpine con l'agricoltura. Nel frattempo, la camicia a stelle alpine e il suo modello sono diventati il segno indistinguibile di riconoscimento e l'elemento aggregante dei diversi progetti parziali della campagna.

Dopo cinque anni di personalità di spicco su manifesti, era tempo per un'altra fase di rinnovamento. Invece delle personalità, dal 2011 vengono posti in primo piano le contadine e i contadini. Sono loro ad illustrare quali prestazioni forniscono alla popolazione svizzera. In quattro umoristici spot televisivi, essi presentano l'intera gamma delle loro particolari capacità, sia come botanici, commercianti, incaricati dell'integrazione o proprio degli artisti del paesaggio. Dietro si celano prestazioni concrete:

- Produzione di generi alimentari e materie prime di ottima qualità
- Tenuta rispettosa degli animali
- Promozione della biodiversità
- Progettazione del paesaggio delle colture

La campagna d'immagine "Grazie, contadini svizzeri" è integrata in un modello a tre stadi (comunicazione di base, comunicazione di settore, pubblicità di prodotti e marchi). Le misure e le attività s'intrecciano. Con la prioritaria comunicazione di base viene posto un fondamento per migliorare la situazione di partenza per la vendita di prodotti indigeni.



Ulteriori misure della campagna d'immagine

- Presenza alle fiere: l'USC è presente a tutte le grosse, come pure a molte più piccole esposizioni e fiere sotto il titolo "Benvenuti da noi".
- Progetti scolastici: dall'asilo al ginnasio esistono offerte tramite le quali, coloro che sono in formazione vengono nelle fattorie oppure le contadine o i contadini si recano nelle scuole per informare sull'agricoltura.
- Brunch d'agosto: Nel giorno della Festa Nazionale Svizzera, la popolazione è invitata, in tutto il paese, al brunch in fattoria. Circa 200'000 ospiti lo gustano in una di più di 400 aziende.
- Visita alla stalla: qui ci sono circa 220 fattorie a disposizione dei consumatori a orari fissi di visita, per avere informazioni sui metodi di produzione e sulla provenienza dei generi alimentari.
- BuureTV mostra brevi video relativi a più svariati aspetti di un'agricoltura innovativa.
- Sito Internet www.agricoltura.ch.
- Percorsi con pali indicatori: pali indicatori informano, in modo inusuale, sull'agricoltura i visitatori delle stalle, le clienti, i passanti, coloro che vanno a passeggio e gli escursionisti.
- Dépliant informativi e materiale pubblicitario.
- Progetti complementari delle sezioni affiliate: con la stessa immagine, le sezioni affiliate dell'USC effettuano svariati progetti, quali ad esempio ascese all'alpe in città, feste delle cilliege, feste estive, ecc.

GRAZIE, CONTADINI SVIZZERI.

www.agricoltura.ch

