

Informazione, cosa chiede il mondo agricolo

PATRIZIA ALBERTI
Servizio Sviluppo Sistema Agro-Alimentare,
Regione Emilia-Romagna

Le esigenze di giovani imprenditori e tecnici emerse da una ricerca. Le riviste specializzate più lette, le trasmissioni televisive più seguite. Grande interesse per l'informatica e per Internet.

Qual è il bisogno di informazione e di formazione professionale degli operatori agricoli emiliano-romagnoli? A questa domanda ha voluto rispondere un'indagine di Ageoform - struttura formativa ora divenuta Agriform Bologna - realizzata con i contributi previsti dall'art. 3 della legge regionale 52/90 per le attività di supporto tecnico-scientifico finalizzate ai servizi di sviluppo agricolo.

La ricerca, coordinata da Tiziana Brunelli e presentata recentemente a Bologna nel corso di un seminario organizzato dal Servizio sviluppo sistema agroalimentare della Regione, nasce

dalla necessità di avere dati e notizie sugli strumenti di comunicazione utilizzati dagli operatori per reperire le informazioni necessarie allo svolgimento dell'attività lavorativa quotidiana.

In particolare si è voluto rilevare come si aggiornano i giovani agricoltori ed i tecnici, a quali argomenti sono più interessati e quali strumenti utilizzano (riviste, altri mass media, momenti formativi, conferenze e convegni, Internet, ecc.).

La necessità di conoscere queste esigenze è determinata dalla continua evoluzione economica, politica e produttiva a cui è sottoposto il settore dell'agricoltura. L'informazione e la formazione divengono pertanto strategici ed indispensabili per gli adeguamenti che lo sviluppo economico impone.

Gli intervistati

Nella fase iniziale della ricerca sono state coinvolte le organizzazioni professionali agricole dell'Emilia-Romagna e in particolare i movimenti giovanili, che hanno messo a disposizione l'elenco dei loro iscritti. In questo modo si è ottenuto un universo costituito da più di 3.800 nominativi.

Va precisato che, come agricoltori, si sono intesi *gli imprenditori agricoli ed i coadiuvanti impegnati a tempo pieno in azienda, di età inferiore ai 40 anni, mentre come tecnici si sono con-*

siderati gli operatori sovvenzionati da contributi pubblici (regionali e provinciali) che svolgono assistenza di base.

La metodologia, definita da Franco Torelli, si è composta di due fasi:

* una prima fase, costituita da interviste personali a 80 agricoltori ed a 20 tecnici;

* una seconda fase, con la quale si è cercato di misurare alcuni tra i più importanti aspetti evidenziati nel corso della prima fase, attraverso 400 interviste telefoniche agli agricoltori.

I questionari impiegati nella raccolta dei dati sono stati quindi tre: uno per le interviste personali ai tecnici, uno per quelle personali agli agricoltori ed infine uno per quelle telefoniche. Gli elementi così ottenuti sono stati elaborati con strumenti informatici e statistici, per ottenere *risultati disaggregati per provincia, zona altimetrica ed ordinamento culturale.*

Come ci si informa?

L'elaborazione e l'analisi dei dati, effettuata da Emilio Moratti, ha consentito di individuare spunti interessanti sui quali vale la pena riflettere.

Le informazioni più utilizzate dagli intervistati sono quelle di carattere tecnico e produttivo, seguite da quelle fiscali, tributarie e legislative.

Nella scelta dei canali di informazione, il comportamento è diverso fra

tecnici ed imprenditori: i primi privilegiano la stampa e la televisione, i secondi le organizzazioni professionali o comunque le associazioni di settore. L'analisi degli strumenti di comunicazione impiegati evidenzia, inoltre, come le riviste specializzate siano comunque considerate la fonte principale di informazione, mentre i programmi televisivi non sono ritenuti fonte primaria di notizie tecniche.

La rivista più letta, in Emilia-Romagna, risulta essere "Agricoltura"; il mensile dell'assessorato regionale, seguita da "Informatore Agrario", "Terra e Vita", "Agrimpresa" e "Agrisole". Le trasmissioni televisive più seguite sono "Linea Verde" e "Con i piedi per terra", anche se sono apprezzate in modo diverso da tecnici ed imprenditori. I primi le ritengono entrambe insoddisfacenti, i secondi esprimono un giudizio positivo su "Con i piedi per terra" e sufficiente per "Linea Verde".

In generale le principali critiche rivolte alle notizie reperibili riguardano la scarsa attendibilità ed obiettività, la non tempestività e la non sempre facile comprensione.

La diffusione e l'impiego degli strumenti informatici e telematici è ancora modesto, anche se è elevato l'interesse per le nuove tecnologie. Emerge inoltre un atteggiamento più che positivo verso l'impiego di Internet come fonte di ricerca di informazione.

In quest'ottica, nonostante la conoscenza del progetto regionale "GIAS 2000" tra gli addetti ai lavori non fosse largamente diffusa (il progetto era ancora agli inizi durante le rilevazioni), si è registrata un'alta disponibilità da parte degli intervistati a partecipare ai momenti formativi sulle possibilità offerte dal progetto.

I bisogni formativi

Su questo fronte la situazione è molto diversa fra i tecnici e gli imprenditori intervistati. Mentre il 70% dei primi ha partecipato negli ultimi due anni a corsi di formazione, la percentuale si riduce ad un terzo nel caso degli imprenditori. Inoltre i partecipanti ritengono importante la frequenza ai corsi.

(Foto Riccioni)



Gli argomenti che gli intervistati vorrebbero fossero trattati sono legati soprattutto alle tecniche di produzione, all'area del marketing e delle vendite ed al settore dell'informatica.

La formazione a distanza è diffusa fra i tecnici (70%) e non tra gli imprenditori (11-12%), mentre il giudizio sulla

funzionalità di questa metodologia di aggiornamento è favorevole solo per il 50% degli intervistati. Tra le motivazioni che conducono ad un giudizio negativo vi sono la mancanza del contatto con il docente ed il mancato confronto con i colleghi.

I risultati ottenuti dalla ricerca, sia pure nei limiti dell'universo analizzato, che rappresenta solo una parte del mondo agricolo regionale (giovani agricoltori e tecnici), costituiscono comunque un valido supporto nella definizione delle iniziative da realizzare o potenziare per migliorare i servizi regionali di comunicazione, divulgazione e formazione, per far utilizzare in maniera coordinata ed integrata dagli operatori tutti i mezzi attualmente disponibili, dalla stampa fino ad Internet. □