



**Organisateur principal :**

Minha Terra -  
Federação Portuguesa das Associações de Desenvolvimento Local / Federação portuguesa des associações de grupos d'acção locais (Portugal)

**Contact :**

Luis Chaves -  
Coordinateur du projet  
(Tél. +351 21 781 92 30)

**Site web:**

[www.minhaterra.pt](http://www.minhaterra.pt)

**Objectifs :**

Sensibiliser le public à l'approche LEADER en lui communiquant le fait qu'il encourage le développement intégré des zones rurales.

**Pays cible :**

Portugal

**Public cible :**

Grand public

**Outils de communication :**

Radio

**Budget :**

€38,000

## COMMUNICATION AU PUBLIC

### Intitulé : « Terre vivante »

**Citation du jury :**

*« La voix de l'agriculture à travers 30 témoignages courts, personnels et faciles à comprendre. Une habile approche journalistique qui communique efficacement la réalité du monde rural. »*

**En quoi consiste le projet ?**

Les promoteurs de cette initiative ont produit et diffusé 30 programmes de radio courts qui ont permis de donner vie à l'histoire de projets LEADER. Des entretiens avec les responsables des GAL (Groups d'action local) ont permis d'en savoir plus sur le lancement des projets, leur évolution et leur état d'avancement actuel.

**Comment le projet est-il mis en œuvre ?**

Les émissions de radio, d'une durée de deux minutes, ont permis d'informer le public sur la vitalité des zones rurales - la « Terra Viva » - et sur les résultats concrets des projets soutenus par l'approche LEADER : comment l'argent est investi pour créer des emplois, diversifier les activités de l'économie rurale et améliorer la qualité de vie en zone rurale. Grâce à une présentation d'une variété de projets LEADER dans différentes régions, le public a été informé de la diversité des interventions LEADER et de l'impact des fonds de l'UE en termes de développement local et de création d'emplois. La radiodiffusion des informations relatives aux projets aux heures de grande écoute a permis de maximiser leur impact.

**Pourquoi devez-vous voter pour ce projet ?**

Grâce à une fine analyse journalistique, les projets LEADER sont devenus le sujet d'une histoire passionnante, communiquant efficacement la réalité du monde rural de manière facile à comprendre et attrayante. Le projet a fortement contribué à sensibiliser le public sur le concept LEADER, son approche et le dynamisme des zones rurales : les 30 programmes ont été diffusés sur la principale station de radio d'informations aux heures de grande écoute, atteignant ainsi 400 000 personnes par programme radio.

