



**Organisateur principal :**

Agence pour La Restructuration et la Modernisation de l'Agriculture

**Promoteur du projet :**

Telewizja Polska S.A - Télévision Polonaise (chaîne nationale 1)

**Contact :** Stefaniak Wiesław. Chef de section promotion/publication au Département de la Communication.  
+22 318 41 86

**Site web :**

[www.arimr.gov.pl](http://www.arimr.gov.pl)

**Objectifs :**

Faire connaître aux agriculteurs polonais les possibilités qui leur sont offertes dans le cadre du Programme de développement rural 2007/13 .

**Pays cible :**

Pologne

**Public cible :**

- Agriculteurs
- Grand public

**Outils de communication :**

Série TV polonaise (audience moyenne de plus de 7 millions de téléspectateurs)

**Budget :**

€300,000

## COMMUNICATION INNOVANTE

# Intitulé : « 5ème volet de la série télévisée « Ranczo » - 13 épisodes »

**Citation du jury :**

**« L'agriculture s'invite chez le téléspectateur grâce à un partenariat innovant avec les scénaristes d'une série télévisée extrêmement populaire. Le monde rural tient ainsi le devant de la scène. »**

**En quoi consiste le projet ?**

Depuis des années le taux d'application des programmes de développement rural en Pologne restait très faible. Il s'agissait donc de comprendre comment attirer l'attention du public sur les possibilités offertes aux agriculteurs dans le cadre de la Programmation de développement rural 2007-2013 en Pologne.

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

La stratégie établie par les promoteurs pour répondre à cette question était simple : atteindre le plus grand nombre possible d'agriculteurs et d'habitants dans les zones rurales et leur présenter les possibilités à leur portée. Pour arriver à cet objectif, la série « Ranczo » représentait la plateforme idéale : sur plus de 7 millions de téléspectateurs qui suivent chaque épisode de la série, 4 millions habitent dans des zones rurales, et parmi eux, 1,7 millions sont des agriculteurs. Jamais dans l'histoire de la Pologne contemporaine la thématique agricole et rurale n'avait fait une apparition dans une série télévisée. Tout cela a changé avec l'inclusion dans la cinquième saison de la très populaire émission télé polonaise « Ranczo » de toute une série de références au monde rural ainsi qu'aux mesures du Programme de Développement Rural 2007 - 2013.

Le projet a aidé à valoriser la campagne polonaise, ses acteurs, sa réalité et ses problèmes. L'effet de diffusion de cette série a été considérable, étant donnée sa capacité à attirer l'attention du public sur les mesures de soutien disponibles et pas toujours connues par leur bénéficiaires potentiels.

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

Cette initiative a employé des moyens innovants et créatifs en utilisant la télévision publique, un média qui a un énorme impact sur le comportement des citoyens en Pologne. Aucune brochure ou autre matériel promotionnel n'aurait eu un tel impact sur le public ciblé.

Avec un budget très modeste, cette action innovante au sein d'une série télévisée qui dépasse les 7 millions de téléspectateurs a eu une répercussion très importante. Ainsi, plus de 120 millions de personnes, tout au long des 13 épisodes de la cinquième saison de la série, ont été « exposées » aux messages liés à l'agriculture et au développement rural en Pologne.

