

POR FSE
2007-2013
FSE Investiamo nel vostro futuro
Cresce l'Europa. Cresce la Toscana
Ministero delle Politiche Regionali
Programma Operativo Regione Toscana

Progetto Integrato di Comparto agricoltura e vivaismo



SPINN - Agri
Sistema Partecipato per
l'Innovazione in
Agricoltura e Vivaismo

Focus group olivicoltura
22 luglio 2010, Consorzio Montalbano – Lamporecchio - PT



Che cos'è SPINN Agri

- un **progetto innovativo finalizzato allo sviluppo economico del comparto agricolo e vivaistico pistoiese rivolto a tutti gli attori del comparto**
- destinato in particolare agli imprenditori e alle risorse occupate nelle aziende agricole
- realizzato con il finanziamento del Fondo Sociale Europeo e della Provincia di Pistoia



2

Perché SPINN Agri

- per proseguire il cammino di sviluppo intrapreso con il precedente P.I.C. "Fisiagri", ponendosi nuovi obiettivi:
 - sostenere lo sviluppo del comparto agricolo e vivaistico pistoiese
 - promuovere il cambiamento e l'innovazione necessari per accedere a nuovi mercati
 - accompagnare il trasferimento di ricerca, in particolare finalizzato alla sostenibilità ambientale, nel sistema produttivo locale
 - massimizzare il coinvolgimento dei giovani nelle attività del comparto
 - sviluppare sul territorio una rete che permetta alle imprese di
 - lavorare in stretta integrazione con i sistemi istruzione, formazione e ricerca
 - mantenere un dialogo ed uno scambio diretto con il contesto locale (istituzioni e cittadinanza)



3

Leve strategiche di sviluppo

- **trasferimento di ricerca e innovazione** nei sistemi produttivi aziendali, in particolare finalizzato alla **sostenibilità ambientale**
- **sviluppo di nuovi mercati** immaginando insieme **nuove strategie commerciali**, sui **mercati locali e internazionali**



4

Leve strategiche di sviluppo

- **crescita del capitale umano** attraverso l'offerta di formazione/consulenza
- **capacità di lavorare in rete e fare sistema** tra i sistemi istruzione – formazione – ricerca – imprese – lavoro




5

SPINN Agri è realizzato da

- CIPA-AT PISTOIA - Agenzia formativa CIA Pistoia in partnership con
 - ERATA - Agenzia formativa Confagricoltura Toscana
 - Università degli Studi di Firenze, Facoltà di Agraria, Dipartimenti di Ingegneria Agraria e Forestale, di Ortofrutticoltura, di Scienze Agronomiche e Gestione del Territorio Agro-Forestale e
 - Istituto Professionale di Stato per l'Agricoltura e l'Ambiente BARONE C. DE' FRANCESCHI
 - D.R.E.AM. ITALIA - Agenzia formativa Lega Cooperative
 - IRECOOP TOSCANA – Ag. formativa Confcooperative Toscana
 - ENFAP Toscana - Agenzia formativa UIL
 - IAL CISL TOSCANA - Agenzia formativa CISL
 - SMILE Toscana - Agenzia formativa CGIL
 - CE.SPE.VI Centro Sperimentale per il Vivaismo
- e con l'adesione di oltre 300 aziende agricole pistoiesi ed il sostegno di un ampio numero di enti, scuole, associazioni e aziende attive nel comparto



6

Il focus group: obiettivi

- attraverso l'intervista a specifici gruppi di imprese agricole vogliamo focalizzare
 - le criticità ed i punti di debolezza del comparto agricolo
 - i fabbisogni di ricerca e innovazione per le aziende
 - i fabbisogni formativi per l'aggiornamento professionale di tutte le risorse impegnate in azienda



7

Risultati attesi

- Mettere a fuoco problemi e fabbisogni ai quali rispondere
 - direttamente, grazie alle risorse e alle azioni previste da SPINNAgri
 - indirettamente, trasferendo il vostro messaggio alle Istituzioni che governano il territorio
- Individuando insieme azioni di crescita aziendale e di comparto



8

Cosa offre SPINNAgri?

- Percorsi formativi gratuiti organizzati in moduli seminariali brevi, flessibili e personalizzati, destinati a
 - imprenditori
 - dipendenti
 - collaboratori
- erogati rispettando i tempi e le esigenze lavorative delle imprese coinvolte
- in risposta ai fabbisogni espressi dalle aziende



9

I fabbisogni del comparto agricolo: olivicoltura

POR FSE 2007-2013
FSE Investiamo nel vostro futuro
Cresce l'Europa. Cresce la Toscana

Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali
REGIONE TOSCANA

La filiera

Analisi del mercato



11

Quale olivicoltura per il futuro?

- in **quali tipologie** ci riconosciamo?
- quali i **problemi strutturali di impianto**?
- quali le **criticità del vostro sistema organizzativo aziendale**?
- quali aspetti del **contesto** influenzano la vostra attività?



12

Quali sono le possibili leve di sviluppo?

- miglioramento della **produttività**
- riduzione dei **costi** della filiera olivicola
- introduzione della **meccanizzazione**
 - quali macchine, utilizzo ed efficienza
 - sicurezza
 - logistica
- innovazione e ricerca
 - difesa oliveto
 - logistica filiera olivo-oleicola
 - marketing



13

S.W.O.T

Aspetti interni all'impresa, criticità che controllate e sulle quali potete intervenire.	Punti di forza	Punti di debolezza
	Opportunità	Minacce
Aspetti esterni all'impresa, relativi al contesto, sui quali non potete intervenire, ma che dovete conoscere per organizzarvi di conseguenza		



POR FSE 2007-2013 FSE Investiamo nel vostro futuro
Cresce l'Europa. Cresce la Toscana

Formazione partecipata per il comparto agricolo e vivaistico




La formazione come un valore

- Tutti d'accordo sull'importanza della formazione, ma i tassi di frequenza sono molto bassi.
- Cosa impedisce davvero di partecipare alla formazione?
- Nell'ultimo anno, avete partecipato, voi o i vostri addetti, a corsi di formazione non obbligatori per legge?



Focus Group: 1 quesiti

16

La formazione che vorrei?

- A cosa serve la formazione?
- Che cambiamento devo "percepire" dopo aver frequentato e aver fatto frequentare un corso di formazione?
- Cosa?
- Come e dove?
- Quando? Quali sono i giorni e gli orari migliori?
- Per chi?



Focus Group: 1 quesiti

17

Attività formative per il comparto

- **4 proposte tematiche** rispetto alle quali le imprese esprimeranno fabbisogni specifici di intervento
 - Trasferimento di ricerca e innovazione, sostenibilità ambientale
 - Analisi nuovi mercati, internazionalizzazione delle imprese, analisi della formula imprenditoriale e innovazione organizzativa
 - Aggiornamento tecnico professionale per il comparto
 - Competenze trasversali per le PMI



18

Trasferimento di ricerca e innovazione, sostenibilità ambientale

- Le Energie alternative: biogas, biomasse, solare, recupero degli scarti vegetali aziendali, recupero dei residui della lavorazione del legno
- Impatto ambientale:
- Qualità delle acque
- Recupero e riutilizzo delle acque all'interno di un ciclo produttivo aziendale
- Tutela della fertilità dei suoli
- Gestione del reticolo idrografico e della vegetazione ripariale per la loro funzione di corridoi ecologici)
- Innovazione nel settore olivicolo in particolare focalizzata sui sistemi meccanici
- Ricerca ed innovazione di prodotto/processo



19

ANALISI NUOVI MERCATI, INTERNAZIONALIZZAZIONE IMPRESE, ANALISI DELLA FORMULA IMPRENDITORIALE E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA



20

- Studio di nuovi sbocchi commerciali nel settore olivicolo
- Nuove strategie di commercializzazione dei prodotti tipici (internazionalizzazione e vendita diretta/filiera corta)
- Connubio comparto agricolo e turismo: sviluppo reti di imprese, in particolare agrituristiche collegate alla valorizzazione della produzione tipica;
- Nuovi bacini di creazione di impresa (es. cooperative di servizi/lavoro per produttori agricoltura tradizionale)
- Strumenti, modalità per una gestione strategica ed efficace del ricambio generazionale in azienda
- Percorsi di marketing e aggregazione fra imprese: formazione e animazione per azioni comuni di promozione e commercializzazione



21

Aggiornamento tecnico - professionale per il comparto

- Tecniche di lotta integrata e biologica
- Gestione sistematica degli adempimenti normativi
- Gestione sistematica adempimenti sicurezza per aziende agricole (in base ai discenti sarà specificato il settore: vivaistico, floricolo...)
- Approccio sistematico alla gestione dei rifiuti, al riciclaggio ed al compostaggio
- Gestione sistematica dei controlli per la verifica della qualità dei concimi e fertilizzanti
- Tecniche di innesto e potatura: recupero delle tecniche tradizionali alla luce delle innovazioni
- Gestione della logistica aziendale: innovazione tecnologica, nuovi macchinari



22

Competenze trasversali per le PMI

- Gestione delle risorse umane
 - leadership, organizzazione e motivazione dei gruppi di lavoro e lavoro di gruppo
 - comunicazione efficace
 - gestione efficace del tempo
- Informatica di base: excel e word; posta elettronica e motori di ricerca
- Le opportunità del web: il valore di un sito internet efficace – vetrina, btob e btoc, indicizzazione, pagamenti on line garantiti
- English for the front office
- Public speaking
- English for the export office



23

POR FSE 2007-2013
FSE Investiamo nel vostro futuro
Cresce l'Europa. Cresce la Toscana



Olivicoltura

Analisi dei fabbisogni
Focus Group
Ore 15.30 – 17.30



Partecipanti

- **Roberto Mastrodicasa**, UPA PT
- **Raffaele Lippi**, Consorzio Montalbano
- **Ciro Bisori**, Az. Agr. "Le capannacce"
- **Stefano Lavorini**, Az. Agr.
- **Alberto Vanci**, Az. Agr. "Polla del Duca"
- **Gianfranco Bellandi**, Oleificio Sociale Valdinievole
- **Cinzia Cipriani**, Geie Olivicoltura Valdinievole
- **Piero Moncini**, Oleificio Sociale Valdinievole
- **Hannes Albert Schneider**, Az. Agr. "Il poggio"
- **Prof. Marco Vieri**, Università di Firenze, DIAF
- **Marco Rimediotti**, Università di Firenze, DIAF



POR FSE 2007-2013
Fondo Sviluppo Economico
Programma Operativo Regione Toscana

FSE Investiamo nel vostro futuro
Cresce l'Europa. Cresce la Toscana



Criticità esterne



Minacce

- Scarsa conoscenza del prodotto olio da parte dei consumatori finali
- Scarso consumo da parte dei giovani del prodotto di qualità
- La GDO impone prodotti di bassa qualità a basso prezzo, riducendo i margini di tutti i piccoli olivicoltori
- La rigidità del disciplinare del consorzio IGP Toscana non agevola gli agricoltori. Ad esempio non consente di impiantare nuovi uliveti, impedendo così una maggiore meccanizzazione e un taglio dei costi di produzione
- Normativa ambientale considera gli scarti verdi e le acque di vegetazione come "rifiuti", imponendo uno smaltimento costoso del cippato e delle acque di vegetazione



Opportunità

- Mercati esteri: Consorzio Montalbano esporta in Giappone, USA, Europa e sta penetrando il mercato indiano. Per questo è importante fare ricerca di mercato consorziata e coordinata per valorizzare e vendere meglio il prodotto all'estero, evitando la distribuzione di risorse a pioggia
- IGP può fare da traino al prodotto standard
- Fare marketing territoriale e lavorare insieme sulle strategie commerciali
- Lavorare con i ragazzi delle scuole per insegnare come consumare il prodotto
- Fare ricerca su:
 - come ridurre l'impatto delle acque vegetali da prodotto inquinante a prodotto fertilizzante, e gli scarti verdi in cippato per produrre energia
 - impianti per il recupero e il riutilizzo degli scarti verdi
- Salvaguardare il territorio
- Ridurre i costi delle utenze durante l'inverno



Criticità interne

POR FSE 2007-2013
Fondo Sviluppo Economico
Programma Operativo Regione Toscana

FSE Investiamo nel vostro futuro
Cresce l'Europa. Cresce la Toscana



Criticità interne



Punti di debolezza

- Imprese piccole che non dispongono di risorse per investire in ricerca e in marketing
- Terreni terrazzati non accessibili con mezzi meccanici
- Vincoli paesaggistici non consentono di rinnovare gli uliveti e di abbassare i costi di produzione
- Mano d'opera anziana, alcuni oleifici lavorano con hobbisti e 80% della produzione va in autoconsumo, non consentendo di garantire volumi di produzione adeguati e standard
- Lavoratori stranieri pagati in nero



Strategie di rafforzamento

- Reti di imprese per abbattere i costi
- Azioni di lobby con UNICOOP per avere corner dei prodotti di qualità
- Ricerca ARSIA "Tecniche agronomiche per la riduzione dei costi di produzione e per la salvaguardia dell'olivicoltura a valenza paesaggistica" (2001)
- Marketing della qualità del prodotto: "Olio d'oliva: gli aspetti salutistici" F. Visioli
- Trovare risorse nel **Piano Regionale di Azione Ambientale**
- **Decalogo delle caratteristiche dell'olio**, per promuovere consumo consapevole



Allora quale formazione?

- Marketing e commercializzazione
- Marketing internazionale
- Formazione sulle potature, sempre importante
- Formazione sulla produzione di olio biologico
- Formazione tecnica: lotta alla mosca, uso dei fitofarmaci, sicurezza
- Formazione sulle tecniche di concimazione e irrigazione per aumentare la produzione



Quando fare formazione

- Dopo la raccolta, in inverno
- Preferibilmente la sera



Come comunicare

- Posta elettronica
- Attraverso i consorzi

