

**RETERURALE
NAZIONALE
20142020**



HACK FARMS – OPEN FUTURE *Sostenibilità, qualità, innovazione, sviluppo locale*

LINEE GUIDA - Azione sul campo

Documento realizzato nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-2020

Piano di azione biennale 2023-2024

Scheda Progetto Crea 2.2 "Sinergie"

Autorità di gestione: Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste

Ufficio DISR2 - Dirigente: Paolo Ammassari

Coordinamento e cura del documento:

Paola Lionetti

Ringraziamenti:

Si ringrazia Laura Viganò, per la lettura critica delle linee guida.

Un sentito ringraziamento a tutti i docenti e ai referenti regionali che hanno partecipato allo sviluppo di questo progetto. Un ringraziamento particolare al Prof. Angelo Belliggiano per la lettura puntuale del documento.

Si ringraziano, altresì, per il contributo alla predisposizione degli allegati: Giuseppe Savino, Antonio Stasi, Fabio Abbrescia (allegati 2_Sustainability Business Model Canvas e 3_Questionario feedback studenti) e Laura Viganò (allegato 4_Questionario "La sostenibilità delle attività aziendali).

Un grazie a Gabriella Ricciardi, Pala Pamela e Paola Gonnelli, coinvolte nella fase di organizzazione dell'hackathon camp, e a Matteo Tagliapietra, per il contributo alla revisione del documento.

Data di pubblicazione: 26 agosto 2024

Indice

1. Introduzione.....	4
2. Contesto di riferimento	4
3. Obiettivi, temi, gruppi target	5
4. Specifiche tecniche e format.....	6
5. Approccio metodologico e risultati attesi	7
6. Comunicazione, divulgazione e misurazione dei risultati	8
Bibliografia	10
Allegato 1 – Regole per realizzare l’elaborato	11
Allegato 2 – SWOT analysis e Sustainability Business Model Canvas	13
Allegato 3 – Raccolta dei feedback degli studenti	22
Allegato 4 – Questionario “La sostenibilità delle attività aziendali”	25

1. Introduzione

Il presente rapporto rappresenta un aggiornamento del documento “RURAL CAMP – Esperienza sul campo”, predisposto nell’ambito dell’iniziativa Rural4Università 2019 della Rete Rurale Nazionale 2014-2022. Tale documento, infatti, è stato redatto a partire dai materiali (presentazioni, istruzioni per i gruppi di lavoro, cartelloni) diffusi in connessione ai laboratori propedeutici alla fase di ricerca e all’hackathon camp in Sardegna.

Le linee guida riguardano la realizzazione della *Summer School 4University*, giunta alla sua sesta edizione, che prosegue la formula vincente adottata nell’ultima edizione (Hackathon camp in Sardegna). L’iniziativa 2024, «**Hack Farms – Open future**», realizzata dal Crea PB insieme alle Regioni e alle Università partner nell’ambito del programma Rete Rurale Nazionale, avrà lo scopo di proiettare verso il futuro le aziende agricole, attraverso la collaborazione tra sistema accademico e mondo produttivo.

Le linee guida forniscono indicazioni metodologiche e operative utili per guidare i lavori di gruppo, a partire dalla sperimentazione pilota condotta nell’ambito della fase di ricerca, in collaborazione con i referenti delle amministrazioni regionali e delle università partner.

La prima parte del documento (capitoli da 1 a 4) è dedicata all’analisi del contesto di riferimento, all’illustrazione degli obiettivi e alla definizione dei contenuti e del format della Summer school; la seconda parte (capitoli 5 e 6) fornisce indicazioni metodologiche, pratiche e organizzative, oltre a delineare le modalità di comunicazione e misurazione dei risultati, nonché possibili scenari per replicare e diffondere l’iniziativa nei differenti ambiti territoriali.

2. Contesto di riferimento

Il mondo del lavoro in continua evoluzione (trasformazioni tecnologiche, organizzative, culturali) e le difficoltà economiche, sociali e ambientali vissute dalle aree rurali pongono le istituzioni di fronte a sfide che richiedono la formazione di soggetti in grado sia di rispondere alle esigenze delle aziende agricole e dei territori sia di valorizzare l’unicità di ogni territorio, attivando risorse, competenze e nuove opportunità.

In risposta a queste problematiche Open Farms contribuisce a rafforzare il legame tra sistema accademico e sistema produttivo e a colmare il divario tra ricerca, imprenditoria agricola, futuri tecnici e agricoltori, sviluppando una rete collaborativa per la crescita professionale dei giovani (studenti universitari e imprenditori agricoli) e un percorso di apprendimento sistemico e interattivo, in cui i partecipanti (docenti universitari, funzionari regionali, ricercatori, consulenti, agricoltori, architetti, comunicatori, fotografi, videomaker e altre figure professionali) contribuiscono congiuntamente al raggiungimento di obiettivi comuni.

In concreto, con l’obiettivo di rafforzare il coordinamento tra tutti gli attori e di promuovere una più stretta connessione tra il sistema accademico e il mondo produttivo, sono stati firmati protocolli d’intesa con 14 Regioni e, per il loro tramite, accordi con 27 università e aziende agricole (imprese guidate da giovani con vocazione alla sostenibilità). Questa co-

partecipazione alla progettazione e all'implementazione è funzionale sia allo sviluppo del modello di apprendimento (Service Learning¹, finalizzato alla sostenibilità in tale contesto), replicabile in altri contesti territoriali, sia alla condivisione di conoscenze, esperienze e buone pratiche.

3. Obiettivi, temi, gruppi target

Il progetto Open Farms ha lo scopo di promuovere la condivisione e il trasferimento di conoscenze, esperienze e risultati. Gli obiettivi specifici del progetto, oltre a favorire la collaborazione territoriale tra il settore accademico e quello produttivo, sono:

- migliorare le competenze trasversali e tecnologiche dei beneficiari;
- facilitare l'apprendimento collaborativo e stabilire un terreno comune - competenze, strumenti e flussi di lavoro - per migliorare il contributo di ciascun membro della comunità, costituita da studenti, docenti, rappresentanti regionali, agricoltori, ricercatori e professionisti del terzo settore.
- rispondere ai bisogni reali dei beneficiari attraverso un approccio partecipativo al cambiamento;
- generare idee imprenditoriali e soluzioni innovative nonché servizi per le aziende agricole;
- aumentare la visibilità dei risultati sottoponendoli alla revisione e al feedback degli stakeholder in modo partecipativo;

La fase 3. Azione (cfr. par. 5) è specificatamente volta a perseguire le seguenti finalità:

- favorire un apprendimento efficace, il coinvolgimento attivo dei giovani e l'incontro diretto con aziende, comunità e territori;
- studiare e analizzare le realtà aziendali attraverso un approccio partecipato al cambiamento;
- sperimentare strumenti, metodologie e dinamiche di interazione, funzionali a generare nuove idee imprenditoriali che possano tradursi in opportunità per le aziende agricole e i territori;

I principali gruppi target del progetto sono i giovani, in particolare gli studenti universitari e gli imprenditori agricoli.

¹ “Il Service Learning (SL) o “apprendimento esperienziale” è un approccio educativo e formativo che combina il servizio alla comunità o a specifici stakeholder (azioni di solidarietà, volontariato, risoluzione di problemi, ecc.) con l’acquisizione di conoscenze didattiche sviluppando le competenze degli studenti in modo più articolato e completo nonché la capacità di interagire sul campo con gli attori locali, imparando il loro mestiere e sviluppando una certa sensibilità verso i bisogni della società (Raciti e Saija, 2018)” (traduzione da Lionetti et al., 2024, p. 1).

L'esperienza sul campo (Fase 3. Azione) coinvolge anche giovani professionisti di vari settori, come grafici, architetti, comunicatori, videomaker e mentori, che collaborano con associazioni no-profit selezionate a livello nazionale e contribuiscono alle attività di coinvolgimento, facilitazione e animazione con le loro competenze (ad esempio, progettazione e gestione di team cross funzionali, implementazione di start-up, progettazione di loghi, ecc.).

L'hackathon 2024 promuoverà sfide su specifici argomenti, connessi ai temi chiave del progetto: sostenibilità, qualità, innovazione e sviluppo locale, nel contesto della PAC 2023-2027.

4. Specifiche tecniche e format

Il percorso formativo prevede l'acquisizione di metodologie, tecniche e strumenti per conoscere e analizzare i casi aziendali selezionati a livello regionale.

Il format proposto individua il Crea quale soggetto promotore dell'iniziativa da portare sul livello locale, ma si presta a essere adattato alle specifiche esigenze dei beneficiari e dei territori, selezionati su iniziativa dei partner (docenti e referenti regionali del network Connessioni rurali e del gruppo ristretto) nonché degli studenti stessi.

In particolare, i referenti regionali hanno contribuito all'individuazione del territorio nel quale l'iniziativa è realizzata nonché all'individuazione di una serie di attori da coinvolgere, in primis giovani imprenditori e imprenditrici agricole; i docenti, oltre ad individuare il periodo di svolgimento della *summer school*, hanno contribuito a definire gli aspetti prioritari di indirizzo (ad esempio, il numero e la durata delle visite aziendali; i contenuti dei momenti di formazione; le caratteristiche delle aziende da scegliere come casi studio per le attività di campo).

Nell'ambito del percorso on line, gli studenti, insieme agli agricoltori, hanno contribuito alla definizione di proposte riguardo a possibili temi da approfondire. Nello specifico sono stati indicati i seguenti temi:

Tema #1: Confronto tra modelli produttivi diversi (es. biologico/agroecologico e integrato)

Tema #2: Ruolo delle donne in agricoltura e/o ostacoli al ricambio generazionale (rapporto tra generazioni, perdita di conoscenze specifiche sull'agricoltura locale)

Tema #3: Benessere degli agricoltori e dignità del lavoro agricolo, con particolare riguardo al settore della zootecnia

Sulla base di tali proposte e dei fabbisogni espressi dagli imprenditori saranno definite le tematiche e/o gli ambiti tematici da porre al centro dell'iniziativa.

Il "quartier generale" dell'iniziativa è stato scelto dalla Regione Abruzzo ed è rappresentato dal Comune di Vasto e dalla Riserva naturale di Punta Aderci, dove saranno ospitati gli studenti, realizzati i lavori di gruppo, organizzati i momenti formativi e sviluppate le dinamiche di interazione con gli stakeholder.

Il format prevede quattro giorni di attività, che si articolano come segue:

- Dinamiche di interazione con gli stakeholder e incontri con soggetti chiave del territorio come gli imprenditori/imprenditrici agricole, il GAL, le Autorità locali e le Associazioni di produttori.
- Visite di campo presso l'azienda agricola biologica Fontefico e l'azienda agricola multifunzionale Verdebios.
- Lavori di gruppo, caratterizzati dall'impiego di opportune metodologie di lavoro, al fine di raggiungere gli obiettivi individuati. I lavori di gruppo rappresentano un'occasione per coinvolgere in modo attivo gli studenti, per facilitare lo scambio reciproco di conoscenze ed esperienze e favorire lo sviluppo di ragionamenti critici sui casi studio analizzati.
- Eventi di diffusione dei risultati.

Dal punto di vista operativo, tale attività prevede: a) ripartizione degli studenti in gruppi di lavoro; b) assegnazione a ciascun gruppo di lavoro di un caso studio da approfondire, riferito alle esperienze analizzate durante le visite in "campo"; c) documentazione video-fotografica dei casi assegnati; d) analisi critica partecipata dei casi documentati sulla base di criteri di valutazione della sostenibilità predefiniti.

I lavori di gruppo vengono facilitati e animati da esperti del gruppo di lavoro della Rete rurale e di NapsLab.

5. Approccio metodologico e risultati attesi

Il percorso formativo della *Summer School* (Fase 3. Azione) è strutturato, a sua volta, in quattro moduli, tra loro strettamente interconnessi:

1. **FORMAZIONE.** È il modulo dedicato ai **contenuti**, attraverso la quale si forniranno ai partecipanti le conoscenze base necessarie affinché possano essere parte attiva durante il Camp.
2. **RICERCA.** È il modulo relativo alla **scoperta del territorio** (study tour), dei suoi **attori** (incontro con gli agricoltori locali) e delle **buone pratiche** (study visit), durante la quale gli studenti parteciperanno alle sessioni di brainstorming e alle dinamiche relazionali.
3. **AZIONE.** È il modulo finalizzato alla **costruzione dei gruppi di lavoro** (team building e creazione di un contesto di fiducia e collaborazione), alle **dinamiche di interazione con le aziende** e all'attivazione di **laboratori tecnico-scientifici e creativi** finalizzati all'elaborazione di proposte originali in risposta alle sfide attuali dell'agricoltura.
4. **DIVULGAZIONE.** È il modulo della **valorizzazione delle buone pratiche** di cambiamento, da promuovere e diffondere durante il camp e nell'ambito dell'evento conclusivo.

In particolare, la proposta formativa si articola in due distinte fasi:

- **Fase I** – predisposizione di sintesi delle esperienze di “campo”, suddivise tra i membri del team e assegnate da ciascun gruppo di lavoro a sottogruppi di studenti, attraverso la raccolta di dati e informazioni e la realizzazione di scatti fotografici, riprese video e interviste agli stakeholders incontrati.
- **Fase II** – studio, analisi dei casi aziendali con gli strumenti di pianificazione aziendale e successiva interazione, confronto e scambio, con la tecnica del World Cafè.

La fase I è funzionale alla raccolta delle informazioni da inserire nell’elaborato “Caso studio”, strutturato secondo quanto illustrato nell’Allegato 1.

La fase II è finalizzata allo studio e all’approfondimento del caso aziendale attraverso gli strumenti di pianificazione strategica, in particolare la *SWOT Analysis* e il *Sustainability Business Model Canvas*. L’approccio proposto è illustrato nell’Allegato 2.

Risultati attesi

- Miglioramento delle conoscenze teoriche e pratiche sui temi dello sviluppo rurale, della sostenibilità e delle filiere agroalimentari.
- Sviluppo di capacità di analisi critica dei casi studio, attraverso l’impiego di tecniche di valutazione.
- Interazione e scambio di esperienze fra studenti provenienti da diversi contesti territoriali italiani, nonché creazione di contatti funzionali all’innesco di dinamiche lavorative.
- Acquisizione di elementi utili per la messa a punto di modelli replicabili di comunicazione e trasferimento delle conoscenze su scala regionale.
- Orientamento al mondo del lavoro e della formazione accademica.

6. Comunicazione, divulgazione e misurazione dei risultati

Il progetto pilota “Open Farms” si è sviluppato secondo quanto previsto dalla Scheda Crea 2.2. della RRN, rivolgendosi a gruppi target predefiniti, quali, appunto, giovani studenti universitari e giovani imprenditori/imprenditrici agricole. L’attività di comunicazione, pertanto, è fondamentale per migliorare l’efficacia con riguardo al coinvolgimento dei soggetti target e degli stakeholder.

Questi i momenti fondamentali della comunicazione attivata:

- a) La comunicazione verso l’Autorità di Gestione e il Comitato di coordinamento:
 - Presentazione della proposta progettuale e del relativo piano formativo;
 - Incontri informativi e conoscitivi con i referenti tecnico-scientifici del Comitato di coordinamento (responsabili tecnico-scientifici, comunicatori e docenti);

- Coinvolgimento dei partner e del Gruppo di lavoro ristretto nelle attività di progettazione e implementazione.
- b) Il coinvolgimento degli studenti e degli stakeholder, il dibattito e la promozione:
- Coinvolgimento delle università e delle aziende da parte delle Regioni partner;
 - Animazione territoriale (comunicazione istituzionale e social);
 - Promozione programma e iscrizioni;
 - Evento di apertura e incontri successivi.
- c) I prodotti di promozione dell'iniziativa realizzata:
- logo e immagine coordinata;
 - report/brochure;
 - prodotti audiovisivi;
 - materiali didattici;
 - gadget.
- d) Divulgazione dell'iniziativa e dei relativi risultati:
- Summer school "Hack farms, open future";
 - Evento conclusivo di presentazione del Rapporto finale e del prodotto/servizio offerto alle aziende grazie al lavoro dei team coinvolti.

Infine, viene proposto di seguito un elenco di possibili indicatori per la misurazione dei risultati conseguiti in termini di adesione degli utenti, conoscenza, percezione e partecipazione:

- numero studenti e stakeholder raggiunti;
- % studenti e stakeholder partecipanti alla summer school;
- numero discenti iscritti alla Fase 1. Formazione di Open Farms;
- % discenti partecipanti rispetto agli iscritti;
- % discenti partecipanti alle successive fasi di ricerca e azione, rispetto agli iscritti;
- gradimento dell'iniziativa;
- numero servizi/prodotti Open farms somministrati nell'hackathon;
- % questionari compilati rispetto a quelli somministrati;
- numero Enti/Istituzioni/Imprese che hanno collaborato all'iniziativa;
- % soggetti partecipanti all'azione sul campo rispetto a tutti i soggetti coinvolti (Comitato di coordinamento + docenti + discenti).

Nell'allegato 3 dell'appendice, viene riportato il questionario valutativo somministrato ai partecipanti e finalizzato alla rilevazione dei feedback sull'esperienza.

Bibliografia

Bezzi C. (2005). La SWOT dinamica o relazionale, *Rassegna Italiana di Valutazione*, n. 31/2005, FrancoAngeli editore, Milano.

Lionetti P., Dara Guccione G., Belliggiano A., Viganò L. (2024). The Italian Education Project Rural4University: Development and Evaluation of a Service-Learning Model, 15a Conferenza IFSA *Systematic changes for sustainable futures*, Trapani, 1-4 luglio 2024.

Osterwalder A. e Pigneur Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, John Wiley & Sons.

Raciti A., Saija L. (2018). From ecosystem services to Ecological Devices: The CoPED Summer School experience in the Simeto River Valley, Italy, *Journal of Urban Management*, 7(3): 161-171, <https://doi.org/10.1016/j.jum.2018.04.005>.

Rete Rurale Nazionale (2024), Piano biennale 2023-2024, Scheda Crea n. 2.2 "Sinergie" – Progetto "Open Farms – Connessioni rurali".

Regolamento (UE) 2021/2115 del Parlamento europeo e del Consiglio del 2 dicembre 2021 recante norme sul sostegno ai piani strategici della PAC.

Regolamento (UE) 2021/2116 del Parlamento europeo e del Consiglio del 2 dicembre 2021 sul finanziamento, sulla gestione e sul monitoraggio della politica agricola comune.

Senato della Repubblica Italiana (2017), Rilancio settore agricolo con riferimento a istruzione e formazione. <https://www.senato.it/Leg17/3381?comunicato=53267>

Zanon D., Martignano A. (2007), Il valore di una SWOT partecipata nei programmi di sviluppo locale: il caso del programma "Competitività" 2007-2013 della PA di Bolzano, XXVIII Conferenza scientifica annuale dell'Associazione Italiana di Scienze Regionali, Bolzano, 26-28 settembre.

Allegato 1 – Regole per realizzare l’elaborato

In questa unità vengono fornite brevi istruzioni per realizzare l’elaborato sul caso studio assegnato e pubblicarlo sulla piattaforma www.rural4learning.eu.

Ogni elaborato sarà composto da 6 parti (4 file di testo, 1 video e 1 gallery fotografica), che corrispondono alle 6 sezioni nelle quali è suddiviso l’editor sulla piattaforma rural4learning.eu.

Dal menu di navigazione, cliccando sulla voce “Caso studio”, si visualizza la schermata “Crea caso studio” (http://www.rural4learning.eu/blocks/r4l_course_gallery/create_course_study.php) che contiene campi precompilati (es. titolo iniziativa) e campi da selezionare o compilare (es. presentazione).

Nella tavola che segue (tavola 1), per ciascuna sezione del tutorial, sono descritti gli argomenti da trattare unitamente alle specifiche redazionali (es. n. di caratteri) e le fonti/materiali didattici da consultare.

Tavola 1 – Istruzioni per i team

CAMPI DA COMPILARE	ARGOMENTI DA TRATTARE SPECIFICHE REDAZIONALI	RIFERIMENTI UTILI
1. PRESENTAZIONE Sintesi del caso studio (200 parole)	Titolo: Caso studio #1	Fonti: <ul style="list-style-type: none"> • Pitch aziende • study visit • brainstorming
	Sfida: Testo 150 caratteri (spazi inclusi)	
	Proposta Team: Testo 150 caratteri (spazi inclusi)	
	Descrizione: Testo 500 caratteri (spazi inclusi)	
	Risultati attesi: Punti elenco 500 caratteri (spazi inclusi)	
2. DESCRIZIONE Descrizione dell'azienda (400 parole)	Denominazione: Azienda agricola Fontefico	Fonti <ul style="list-style-type: none"> • Study visit • Pitch Regione Abruzzo • Questionario Allegato 4
	Storia azienda: Testo 500 caratteri (spazi inclusi)	
	Contesto di riferimento: Testo 500 caratteri (spazi inclusi)	
	Caratteristiche strutturali: Testo 500 caratteri (spazi inclusi)	
	Produzioni e commercializzazione: Testo 500 caratteri (spazi inclusi)	
	Attività aziendali: Testo 500 caratteri (spazi inclusi)	
Sostegno PSR: Testo 140 caratteri (spazi inclusi)		
3. ANALISI Esito del confronto collettivo (max 250 parole)	SWOT Analysis: Testo 800 caratteri (spazi inclusi)	Fonti <ul style="list-style-type: none"> • Pitch dei docenti • Lavori dei team brainstorming
	Business Model Canvas: Testo 800 caratteri (spazi inclusi)	
4. CONCLUSIONI Risultati del lavoro svolto (max 400 parole)	Idee, proposte e soluzioni innovative proposte dai team: Testo 1200 caratteri (spazi inclusi)	Fonti <ul style="list-style-type: none"> • Studio e analisi dei casi aziendali • Laboratori tecnico-scientifici e creativi
	Benefici per le aziende, lezioni apprese e raccomandazioni: Testo 1200 caratteri (spazi inclusi)	
5. FOTO	10 fotografie in alta definizione (3MB)	
6. VIDEO	1 video-intervista all'imprenditore/imprenditrice agricola	

Allegato 2 – SWOT analysis e Sustainability Business Model Canvas

SWOT analysis (90')

Ciascun gruppo di lavoro analizza il caso studio assegnato, utilizzando l'analisi SWOT. Con riferimento al "sistema azienda", la matrice SWOT consente di evidenziare gli elementi di forza e di debolezza, ovvero i fattori endogeni propri dell'azienda, modificabili grazie agli interventi proposti, nonché le opportunità e le minacce, ovvero i fattori esterni che derivano dal contesto esterno e che, almeno nel breve periodo, non sono facilmente modificabili. Questi ultimi, tuttavia, devono essere adeguatamente considerati per ottimizzare il perseguimento degli obiettivi previsti.

Costruzione matrice SWOT (punti da 1 a 3 - 40')

La matrice SWOT viene elaborata con riferimento all'obiettivo generale della PAC 2023-2027 che l'azienda dovrebbe prioritariamente perseguire date le sue caratteristiche e gli ostacoli e le difficoltà da superare. In altre parole, bisogna predisporre la matrice limitatamente a specifici aspetti dell'azienda connessi a tale obiettivo.

La compilazione della matrice SWOT comprende una serie di passaggi, quali:

1. Sulla base delle caratteristiche dell'azienda, si seleziona l'obiettivo generale e/o specifico di riferimento (tavola 2).

2. In relazione all'obiettivo individuato, si costruisce la matrice SWOT analizzando le caratteristiche dell'azienda (punti di forza e debolezza) e i fattori del contesto esterno (opportunità e minacce). Si escludono, pertanto, gli elementi non rilevanti rispetto all'obiettivo prescelto e si aggregano gli elementi simili, al fine di ottenere un numero di elementi compreso tra 3 – 5, per ciascun quadro di riferimento (punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce), come nell'esempio sotto riportato (tavola 3).

3. Si trascrivono gli elementi prescelti nella matrice e si compara ciascun elemento di riga con ciascun elemento di colonna (uno alla volta), come nell'esempio (tavola 4), in modo da comprendere e valutare come gli elementi di riga e di colonna si influenzano reciprocamente. In particolare, per riga (in orizzontale) si possono valutare sia i fattori positivi e negativi endogeni al contesto territoriale (sui quali la strategia aziendale può intervenire) sia quelli esogeni al contesto territoriale, difficili da modificare, ma che devono essere valutati. Per colonna (in verticale), si possono valutare i fattori positivi, tanto interni (punti di forza) quanto esterni (opportunità), finalizzati al perseguimento degli obiettivi di sviluppo rurale, e i fattori sfavorevoli (punti di debolezza e minacce).

Tavola 2 – Obiettivi di riferimento

OBIETTIVI GENERALI	Promuovere un settore agricolo intelligente, resiliente e diversificato che garantisca la sicurezza alimentare	Rafforzare la tutela dell’ambiente e l’azione per il clima e contribuire al raggiungimento degli obiettivi in materia di ambiente e clima dell’Unione	Rafforzare il tessuto socioeconomico delle aree rurali
OBIETTIVI SPECIFICI	S01 – REDDITO EQUO Sostenere un reddito agricolo sufficiente e la resilienza per rafforzare la sicurezza alimentare.	S04 – CAMBIAMENTI CLIMATICI Contribuire alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all’adattamento a essi, come pure all’energia sostenibile.	S07 – RICAMBIO GENERAZIONALE Attrarre i giovani agricoltori e facilitare lo sviluppo imprenditoriale
	S02 - COMPETITIVITÀ Migliorare l’orientamento al mercato e aumentare la competitività (ricerca, tecnologia, digitalizzazione).	S05 – TUTELA DELL’AMBIENTE Promuovere lo sviluppo sostenibile e un’efficiente gestione delle risorse naturali, come l’acqua, il suolo e l’aria.	S08 – AREE RURALI Promuovere l’occupazione, la crescita, l’inclusione sociale e lo sviluppo locale (bioeconomia e silvicoltura sostenibile).
	S03 – CATENA VALORE ALIMENTARE Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena del valore.	S06 – TUTELA PAESAGGI E BIODIVERSITÀ Contribuire alla tutela della biodiversità, migliorare i servizi ecosistemici e preservare gli habitat e i paesaggi	S09 – ALIMENTAZIONE E SALUTE Migliorare la risposta dell’agricoltura alle esigenze della società (alimentazione e salute, alimenti sani, nutrienti e sostenibili, sprechi alimentari e benessere degli animali).

Tavola 3 – matrice SWOT

Ob. 2 Rafforzare la tutela dell'ambiente e le azioni per il clima		
	POSITIVI	NEGATIVI
INTERNI	<ul style="list-style-type: none"> - UTILIZZO DI FONTI ENERGETICHE RINNOVABILI - PRESENZA DI RISORSE LOCALI RINNOVABILI - CONTRIBUTO ALLA RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI GAS CLIMALTERANTI - SISTEMI PER IL CONTROLLO DEL BILANCIO IRRIGUO - PRATICHE AGRICOLE SOSTENIBILI - DIVERSIFICAZIONE E MULTIFUNZIONALITÀ - PRESENZA DI GIOVANI IN AZIENDA 	<ul style="list-style-type: none"> - PERDITA DI BIODIVERSITÀ - PRESENZA DI COLTURE IDROESIGENTI - BASSA EFFICIENZA ENERGETICA - RISCHIO DI CONCENTRAZIONE DEL CARICO BESTIAME - DIVERSIFICAZIONE PRODUTTIVA/COLTURALE RIDOTTA O ASSENTE
ESTERNI	<ul style="list-style-type: none"> - DIFFUSIONE AGRICOLTURA BIOLOGICA - PIANIFICAZIONE PAESAGGISTICA - AREE DI INTERESSE ECOLOGICO - VALORIZZAZIONE SOTTOPRODOTTI E RESIDUI - SALVAGUARDIA RAZZE IN ESTINZIONE 	<ul style="list-style-type: none"> - INCENDI BOSCHIVI - EVENTI METEREologici ESTREMI - DIMINUZIONE DELLE DISPONIBILITÀ IDRICHE - INQUINAMENTO DELLE FALDE - CONSUMO DEI SUOLI AGRICOLI - CARENZA SERVIZI E INFRASTRUTTURE LOCALI

Aggregazione di elementi simili

Elementi non rilevanti in relazione all'obiettivo scelto

Tavola 4 – Esempio astratto di matrice per il confronto a coppie

	A) utilizzo di fonti energetiche rinnovabili	B) contributo alla riduzione delle emissioni di gas climalteranti	C) perdita di biodiversità	D) presenza di colture idroesigenti	E) diffusione agricoltura biologica	F) pianificazione paesaggistica	G) incendi boschivi	H) eventi metereologici estremi
	S	W	O	T				
S A) utilizzo di fonti energetiche rinnovabili								
B) riduzione delle emissioni di gas climalteranti								
W C) perdita di biodiversità								
D) presenza di colture idroesigenti								
O E) diffusione agricoltura biologica								
F) pianificazione paesaggistica								
T G) incendi boschivi								
H) eventi metereologici estremi								

Il gruppo esprime la propria opinione sulla sinergia positiva o negativa, ovvero sulla reciproca estraneità, fra i due elementi confrontati e, dopo eventuale discussione (per giungere possibilmente a un giudizio condiviso) esprime il parere come valore, come di seguito sintetizzato:

- 2 = l'elemento di riga è fortemente ostacolato, o addirittura annullato, da quello di colonna;

- 1 = l'elemento di riga è ostacolato da quello di colonna, ma riesce tuttavia a sviluppare i propri effetti, sia pure in forma ridotta;

0 [zero] = i due elementi sono indipendenti;

+ 1 = l'elemento di riga vede incrementare i propri effetti a causa della sinergia realizzata dall'elemento di colonna;

+ 2 = l'elemento di riga è influenzato positivamente dall'elemento di colonna.

Come per altre tecniche di gruppo che mirano al consenso, occorre prevedere strategie di uscita nel caso di mancato accordo (ad esempio registrare il valore proposto dalla maggioranza del gruppo, sottolineando nella matrice che quel valore non è condiviso).

A conclusione del lavoro, si possono valutare gli "n" elementi, compiendo un'operazione aritmetica (somma dei singoli elementi), per verificare quali siano gli elementi preminenti e quali secondari. La valutazione, oltre che per riga, può essere fatta per colonna per vedere quali siano gli elementi che con più forza impattano sugli altri (positivamente o negativamente).

4. Brainstorming collettivo (50')

Ciascun gruppo di lavoro riporta su cartoncini di diverso colore i punti di forza (azzurro), i fabbisogni (rosso) e le proposte di azione da mettere in campo (verde) elaborata dai team.

Si raccolgono i contributi dei team che lavorano sullo stesso caso studio e si analizzano in chiave critica, sulla base di tre regole:

A. “La quantità viene prima della qualità” (tempo 20')

La prima fase è finalizzata alla raccolta del maggior numero possibile di contributi, come descritto di seguito:

- Tutti i gruppi di lavoro affiggono sui cartelloni i propri post-it.
- Si individua un moderatore che guida la discussione.
- I membri del gruppo a cui è assegnato il caso studio espongono sinteticamente le proprie idee, a partire dalle parole chiave riportate sui post-it.
- I membri degli altri gruppi e i docenti presenti in sala contribuiscono ad alimentare la discussione, con l'obiettivo di aggiungere nuove idee, evitando le critiche. Il moderatore riassume per ciascuna dimensione di sostenibilità gli elementi emersi, eliminando le eventuali sovrapposizioni.

B. “Prima la raccolta e poi la selezione” (tempo 20')

Nella seconda fase si analizzano le idee raccolte, tenendo conto della loro plausibilità e del loro reale utilizzo, attraverso una discussione aperta che coinvolga tutti i partecipanti. Si procede per esclusione, eliminando le proposte non plausibili.

Ogni gruppo ha a disposizione 2' di tempo per indicare i post-it da eliminare, in maniera argomentativa e comparativa.

Anche il gruppo dei docenti ha a disposizione 2' per esprimere la propria opinione.

Il moderatore elimina i post-it che, secondo il parere della maggioranza, non risultano coerenti.

C. “Verbalizzare correttamente” (tempo 10')

Nella terza fase, il gruppo di lavoro redige un report di sintesi, se necessario con l'aiuto dei partecipanti al brainstorming. Il report dovrà contenere una breve introduzione sulla sostenibilità in generale e un commento, funzionale a descrivere se e come l'azienda contribuisce a ciascuna dimensione della sostenibilità.

5. Sustainability Business Model Canvas (90')

Il *Sustainability Business Model Canvas* è un potente strumento che integra la sostenibilità nel modello di business tradizionale. Derivato dal Business Model Canvas di Osterwalder e Pigneur (2010), questo modello è progettato per aiutare le aziende a sviluppare strategie che bilanciano la crescita economica con la responsabilità ambientale e sociale. Vediamo come è composto, come compilarlo, i suoi utilizzi e la sua innovatività rispetto al modello tradizionale.

Composizione del Sustainability Business Model Canvas

Il Sustainability Business Model Canvas è strutturato in diverse sezioni, ciascuna delle quali focalizzata su un aspetto chiave della sostenibilità aziendale. Le principali componenti includono:

1. **Valore Proposto Sostenibile:** Questa sezione si concentra sul valore aggiunto che l'azienda offre non solo ai clienti, ma anche all'ambiente e alla società. Qui si descrivono i benefici sostenibili dei prodotti o servizi.
2. **Clienti e Stakeholder:** Identifica chi sono i clienti principali e gli stakeholder coinvolti, comprendendo comunità locali, ONG, governi e altri attori che potrebbero essere influenzati dalle attività dell'azienda.
3. **Canali:** Esamina i canali di distribuzione e comunicazione utilizzati per raggiungere i clienti e gli stakeholder, ponendo attenzione a metodi che minimizzano l'impatto ambientale.
4. **Relazioni con i Clienti:** Descrive come l'azienda interagisce con i clienti, enfatizzando pratiche sostenibili e trasparenti.
5. **Risorse Chiave:** Identifica le risorse necessarie per fornire il valore proposto, con un'attenzione particolare a risorse rinnovabili e pratiche di approvvigionamento sostenibile.
6. **Attività Chiave:** Delinea le attività fondamentali per creare e offrire il valore sostenibile, inclusi i processi produttivi ecologici e le pratiche di gestione responsabile.
7. **Partner Chiave:** Identifica i partner essenziali per il modello di business sostenibile, come fornitori certificati eco-friendly, associazioni ambientali, ecc.
8. **Flussi di Ricavi:** Descrive come l'azienda genera entrate, considerando anche modelli di pricing che incentivano comportamenti sostenibili.
9. **Struttura dei Costi:** Analizza i costi principali associati al modello di business, ponendo enfasi su come ridurre gli sprechi e utilizzare risorse in modo efficiente.
10. **Impatto Ambientale e Sociale:** Questa sezione, non presente nel modello tradizionale, valuta l'impatto delle attività aziendali sull'ambiente e sulla società, con metriche di sostenibilità.

Come Compilare il Sustainability Business Model Canvas

Compilare il modello richiede un approccio metodico e una visione olistica della sostenibilità. Ecco i passaggi fondamentali:

1. **Definizione del Valore Proposto Sostenibile:** Inizia descrivendo il valore che l'azienda offre in termini non solo economici ma anche ambientali e sociali. Questo può includere prodotti eco-friendly, pratiche etiche di produzione, ecc.
2. **Identificazione di Clienti e Stakeholder:** Elenca i tuoi clienti principali e identifica gli stakeholder rilevanti. Considera chi è influenzato dalle tue attività e chi ha interesse nel tuo successo dal punto di vista della sostenibilità.
3. **Valutazione dei Canali:** Esamina i canali attraverso i quali raggiungi i clienti e gli stakeholder, assicurandoti che siano sostenibili. Ad esempio, preferisci canali digitali rispetto a materiali stampati.
4. **Sviluppo delle Relazioni con i Clienti:** Pensa a come mantenere e migliorare le relazioni con i clienti attraverso pratiche trasparenti e sostenibili.
5. **Mappatura delle Risorse Chiave:** Identifica le risorse fondamentali per il tuo business, assicurandoti che siano sostenibili e rinnovabili quando possibile.
6. **Descrizione delle Attività Chiave:** Elenca le attività principali necessarie per creare il valore proposto, assicurandoti che siano ottimizzate per la sostenibilità.
7. **Identificazione dei Partner Chiave:** Mappa i partner essenziali per il tuo modello di business sostenibile e valuta la loro capacità di supportare le tue iniziative di sostenibilità.
8. **Analisi dei Flussi di Ricavi:** Descrivi come generi entrate e considera modelli di business che incentivino comportamenti sostenibili, come il pricing basato sull'efficienza energetica.
9. **Valutazione della Struttura dei Costi:** Analizza i costi principali, focalizzandoti su come ridurre gli sprechi e massimizzare l'efficienza delle risorse.
10. **Misurazione dell'Impatto Ambientale e Sociale:** Valuta il tuo impatto, utilizzando metriche di sostenibilità e identificando aree di miglioramento.

Utilizzo del modello

Il Sustainability Business Model Canvas è utilizzato da aziende di ogni dimensione per vari scopi, tra cui:

- **Sviluppo di Nuovi Prodotti:** Aiuta a progettare prodotti e servizi che integrano la sostenibilità fin dalle prime fasi di sviluppo.
- **Ottimizzazione delle Operazioni:** Permette di identificare inefficienze e opportunità di miglioramento in ottica sostenibile.

- **Comunicazione e Marketing:** Facilita la comunicazione delle iniziative di sostenibilità a clienti e stakeholder, migliorando la reputazione aziendale.
- **Innovazione Strategica:** Supporta l'innovazione sostenibile, stimolando nuove idee e approcci che possono differenziare l'azienda sul mercato.
- **Reporting e Trasparenza:** Fornisce una base per il reporting di sostenibilità, essenziale per la trasparenza e la conformità normativa.

Innovatività rispetto al Business Model Canvas Tradizionale

Il Sustainability Business Model Canvas si distingue per diverse innovazioni rispetto al modello tradizionale:

1. **Integrazione della Sostenibilità:** Mentre il Business Model Canvas tradizionale si concentra principalmente sugli aspetti economici, il Sustainability Model Canvas integra pienamente considerazioni ambientali e sociali.
2. **Valutazione dell'Impatto:** Introduce una sezione dedicata all'impatto ambientale e sociale, permettendo alle aziende di misurare e migliorare le proprie prestazioni di sostenibilità.
3. **Approccio Olistico:** Promuove una visione olistica del business, incoraggiando le aziende a considerare tutti gli aspetti delle loro operazioni e come queste influenzano il pianeta e la società.
4. **Stimolo all'Innovazione:** La focalizzazione sulla sostenibilità stimola le aziende a innovare, cercando nuove soluzioni e approcci che non solo migliorano il business, ma anche il mondo in cui viviamo.

In conclusione, il Sustainability Business Model Canvas rappresenta un'evoluzione significativa del modello di business tradizionale, offrendo uno strumento prezioso per le aziende che desiderano integrare la sostenibilità nelle loro strategie. Utilizzandolo, le aziende possono non solo migliorare le loro performance economiche, ma anche contribuire positivamente alla società e all'ambiente.

Allegato 3 – Raccolta dei feedback degli studenti

La raccolta dei feedback degli studenti partecipanti al camp avviene tramite un questionario di valutazione finale. Questo strumento è fondamentale per comprendere le opinioni e le esperienze dei partecipanti e migliorare le edizioni future del camp. Il questionario è strutturato in modo da coprire vari aspetti del camp, dalla soddisfazione generale alle specifiche attività e servizi offerti. Si illustra in dettaglio la struttura del questionario e le modalità di raccolta dei feedback.

Struttura del Questionario di Valutazione

Il questionario è suddiviso in diverse sezioni, ciascuna delle quali mira a raccogliere feedback su un particolare aspetto del camp. Le domande sono formulate in modo da ottenere risposte sia quantitative che qualitative, permettendo una valutazione completa e dettagliata. Le sezioni principali del questionario includono:

1. Esperienza Generale:

- **Esprimi il tuo livello di gradimento per l'evento in generale:** Questa domanda utilizza una scala di valutazione da 1 a 5, dove 1 rappresenta "Non gradito" e 5 "Assolutamente soddisfatto".
- **Qual è la cosa più bella e significativa che hai vissuto al Camp?** Una domanda aperta che permette agli studenti di esprimere liberamente le loro esperienze più positive.

2. Organizzazione e Struttura:

- **Esprimi il tuo livello di gradimento per l'organizzazione generale:** Utilizza la stessa scala di valutazione da 1 a 5.
- **Esprimi il tuo livello di gradimento per la struttura e i suoi servizi:** Valutazione della qualità della struttura e dei servizi offerti.

3. Attività e Laboratori:

- **Esprimi il tuo livello di gradimento per i laboratori (storytelling, phototelling, canvas):** Valutazione specifica per ogni laboratorio offerto durante il camp.
- **Esprimi il tuo livello di gradimento per le visite aziendali:** Feedback sulle esperienze delle visite aziendali organizzate.
- **Esprimi il tuo livello di gradimento per l'esperienza della Contadinner:** Valutazione specifica per l'evento della cena comunitaria.

4. Apprendimento e Sviluppo:

- **Quanto sei soddisfatta/o per le cose apprese durante il Camp?** Un'altra domanda su scala da 1 a 5, concentrata sulla soddisfazione riguardo l'apprendimento.

5. Feedback Generale e Suggerimenti:

- **Inserisci un commento personale per futuri miglioramenti:** Spazio aperto per suggerimenti e commenti personali che possano aiutare a migliorare le future edizioni del camp, con particolare riguardo a: a) formazione; b) strumenti metodologici proposti; c) visite aziendali; d) lavori di gruppo; d) interazione con le aziende.

6. Raccolta dei Contatti:

- **Avete preso i contatti delle aziende visitate e/o delle aziende che hanno partecipato alla dinamica di interazione?** Una domanda chiusa con risposta "Sì" o "No" per capire se i partecipanti hanno trovato utili i contatti aziendali.

Modalità di Compilazione

Il questionario è progettato per essere semplice e rapido da compilare, incoraggiando la massima partecipazione. Gli studenti possono contrassegnare le risposte con un ovale, facilitando la raccolta e l'analisi dei dati. Le domande a risposta aperta forniscono spazio per commenti dettagliati e feedback qualitativo.

Utilizzi del Feedback

I dati raccolti tramite il questionario vengono utilizzati in vari modi per migliorare il camp:

1. **Analisi delle Opinioni:** Le risposte quantitative forniscono una chiara panoramica dei livelli di soddisfazione generale e specifica. Le valutazioni numeriche possono essere facilmente aggregate e analizzate per identificare punti di forza e aree di miglioramento.
2. **Identificazione delle Aree di Miglioramento:** I commenti aperti offrono preziosi spunti su cosa ha funzionato bene e cosa potrebbe essere migliorato. Questo feedback qualitativo è fondamentale per apportare cambiamenti mirati e pertinenti.
3. **Pianificazione delle Attività Future:** Le informazioni raccolte riguardo ai laboratori e alle visite aziendali aiutano a pianificare attività future che siano più allineate con le aspettative e gli interessi degli studenti.
4. **Miglioramento della Logistica e dei Servizi:** Feedback specifici sulla struttura e i servizi possono portare a miglioramenti logistici e organizzativi, rendendo l'esperienza complessiva più piacevole ed efficiente.

Innovatività del Metodo di Raccolta Feedback

L'utilizzo di un questionario strutturato e ben progettato per la raccolta dei feedback offre diversi vantaggi rispetto ai metodi tradizionali:

1. **Efficacia e Efficienza:** La raccolta sistematica dei dati permette un'analisi rapida e accurata, riducendo il tempo e le risorse necessarie per raccogliere e interpretare i feedback.
2. **Completezza:** Combinando domande chiuse con domande aperte, il questionario offre una visione completa e sfaccettata delle esperienze degli studenti.
3. **Facilità di Utilizzo:** Il formato semplice e intuitivo del questionario garantisce un'alta partecipazione e risposte accurate, facilitando il processo di feedback.

In conclusione, il questionario di valutazione finale utilizzato al Camp rappresenta uno strumento efficace per raccogliere feedback dettagliati e pertinenti dagli studenti. La sua struttura permette di ottenere una visione completa delle esperienze dei partecipanti, guidando miglioramenti significativi per le edizioni future del Camp.

Allegato 4 – Questionario “La sostenibilità delle attività aziendali”

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

TEMATICA	ATTIVITÀ
<p>A. ENERGIA Risparmio energetico e/o fonti di energia rinnovabili (solare, eolica, ecc.)</p>	
<p>B. ATMOSFERA E CLIMA Riduzione delle emissioni di gas clima-alteranti (gas serra generati dalle attività del settore primario ed emissioni gassose prodotte dall'uso di mezzi agricoli o dall'allevamento)</p>	
<p>C. ACQUA Uso di sistemi di irrigazione a basso consumo idrico (es. localizzazione sotto chioma) e qualità dell'acqua (consumo prodotti fitosanitari, utilizzo di fertilizzanti azotati, prevenzione dell'inquinamento e trattamento delle acque reflue)</p>	
<p>D. BIODIVERSITÀ Coltivata e/o Allevata (<i>Utilizzo di cultivar e razze autoctone, anche se meno produttive, o selezionate per l'agricoltura e la zootecnia biologiche; Presenza di elementi naturali e semi-naturali, es. siepi, filari, muretti a secco, laghetti e altre zone umide, macchie boscate, fasce frangivento, filari alberati, fossi e capezzagne, terrazzamenti; cultivar soggette a erosione genetica e razze a rischio di estinzione</i>).</p>	
<p>E. SUOLO Riduzione Consumo fertilizzanti, contributo alla riduzione perdita di suolo da erosione, Qualità biologica del suolo</p>	
<p>F. AGROECOSISTEMA Autosufficienza foraggera (Unità foraggere prodotte in azienda rispetto a quelle totali consumate dal bestiame), Carico di bestiame (esprime la densità dei capi allevati in termini di unità di bovino adulto: maggiore è la densità di carico, maggiore è l'impatto sull'ambiente in termini di emissioni e inquinamento di suolo e risorse idriche), Pratiche/tecniche agroecologiche (lavorazione del suolo minima o nulla, inerbimenti, sovescio, sistemi agro-(zootecnici)-forestali, consociazioni, rotazioni oltre i 3 anni, utilizzo di miscugli, diversificazione culturale, ecc.)</p>	
<p>G. ALTRO Riduzione, riciclo e destinazione dei residui della produzione solidi e liquidi (es. utilizzo dei residui della lavorazione), Materiali per il confezionamento e l'imballaggio (in termini di volume, design, materiali eco-compatibili, riciclaggio, ri-uso, compostaggio, recupero dai clienti, partecipazione - a livello locale - a programmi di raccolta per migliorare la capacità di riciclo, compostaggio, ecc.)</p>	

Calcoli e misurazioni (anche in seguito agli interventi effettuati e menzionati nella domanda precedente)

	Valore o $\Delta\%$
Bilancio N,P,K (kg N,P,K utilizzati)	
sostanza organica (%)	
Carbonio (%)	
Sequestro di carbonio del suolo	
capacità di ritenzione idrica	
Ph	
percolazione/infiltrazione dell'acqua*	
Erosione*	
Qualità dell'acqua (specificare i principi ricercati)	
Elementi lineari del paesaggio (siepi, muretti. Etc)	
Elementi che incrementano la biodiversità aziendale	
Acqua risparmiata*(utilizzo di sistemi di supporto alle decisioni)	
Acqua trattata e recuperata*	
Acque reflue scaricate*	
Fertilizzanti risparmiati*(utilizzo di sistemi di supporto alle decisioni)	
Riduzione dei residui della lavorazione ($\Delta\%$ negli ultimi 5 anni)	
Residui trattati ($\Delta\%$ negli ultimi 5 anni)	
Residui ri-utilizzati in azienda ($\Delta\%$ negli ultimi 5 anni) (Specificare come)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	

* Se non il valore, indicare se in aumento, invariato o in diminuzione negli ultimi 5 anni

SOSTENIBILITÀ SOCIALE

TEMATICA	ATTIVITÀ
<p>A. BENESSERE ANIMALI</p> <p>Ottimizzazione delle razioni alimentari, riduzione o azzeramento dei mangimi proteici, prevenzione delle malattie, miglioramento delle condizioni di stabulazione, accesso degli animali all'aperto, tutela specie a rischio, pascolamento, riduzione utilizzo medicinali allopatrici anche nelle situazioni consentite, ecc.</p>	
<p>B. EDUCAZIONE AL CONSUMO E COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA</p> <p>Sicurezza alimentare (partecipazione a sistemi di tracciabilità, controlli da parte di soggetti diversi dagli OdC, ecc.); qualità delle produzioni e sostenibilità (certificazioni aggiuntive rispetto a quella richiesta dal Reg. 2018/848, interventi nelle scuole, organizzazione di seminari rivolti alla collettività, visite in azienda, ecc.)</p>	
<p>C. RELAZIONI INTERNE ED ESTERNE</p> <p>Governance all'interno dell'azienda (consultazione di tutti i soggetti operanti all'interno dell'azienda nei processi decisionali); impegno nella comunità (es. impiego dei dipendenti nel volontariato, donazioni, relazioni con gli stakeholder, partecipazione a gruppi di pressione, sostegno finanziario a programmi di raccolta, miglioramento accessibilità per i consumatori ai prodotti di qualità, organizzazione di eventi su temi di interesse collettivo, ecc.); servizi: manutenzione del territorio, giornate informative/corsi, agricoltura sociale)</p>	
<p>D. LAVORO</p> <p>Inclusione sociale (genere, giovani, soggetti con svantaggi, ecc.); riconoscimento facoltativo di benefit e diritti (assicurazione sanitaria, partecipazione e distribuzione degli utili, rappresentazione degli interessi dei lavoratori nelle decisioni operative, misure per rendere compatibili lavoro e famiglia - es. flessibilità orario lavoro, ecc.); formazione; sostenibilità sociale lungo la filiera (adozione di codici di condotta etici da parte di fornitori e clienti richiesti dall'azienda, ecc.)</p>	
<p>E. ALTRO</p> <p>Successione inter-generazionale (continuità dei valori aziendali, riduzione rischio abbandono attività agricola, coinvolgimento anziani nelle attività aziendali, preparazione della successione in azienda, ecc.); riduzione stress fisico e mentale (innovazioni time saving, adeguato periodo di riposo dal lavoro, indipendenza nel lavoro svolto dagli addetti in azienda, ecc.); miglioramento supporto sociale (attività dirette ad aumentare la consapevolezza e la sensibilità della comunità sugli agricoltori come guardiani del territorio, qualità delle produzioni, impatto dell'agricoltura sul territorio, ecc.)</p>	

Calcoli e misurazioni (anche in seguito agli interventi effettuati e menzionati nella domanda precedente)

	Valore o $\Delta\%$, modalità
Unità lavoro	
Età del conduttore	
Genere del conduttore	
Ore di lavoro settimanali del conduttore	
Giorni di ferie all'anno del conduttore	
Numero figli conduttore	
Lavoro extra-familiare (unità)	
Distanza dell'azienda dal centro abitato	
Incidenti sul lavoro (N. medio/anno)	
Ore di formazione per addetto (N. medio/anno)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	

* Se non il valore, indicare se in aumento, invariato o in diminuzione negli ultimi 5 anni

Evoluzione del numero dei dipendenti negli ultimi 5 anni (variazione % o assoluta)

Per rendere più soddisfacente l'attività lavorativa dei dipendenti dell'azienda, ritiene che siano state prese tutte le misure necessarie in materia di (barrare tutte le risposte necessarie):

- Sicurezza sul lavoro
- Retribuzione equa
- Adeguata distribuzione del carico di lavoro
- Adeguata attribuzione/distribuzione delle responsabilità
- Riconoscimenti per conseguimento specifici obiettivi da parte dei lavoratori
- Flessibilità orari/turni lavoro
- Altro (spec.) _____

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

TEMATICA	ATTIVITÀ
A. DIPENDENZA DAGLI INPUT EXTRA-AZIENDALI Riduzione input produttivi esterni	
B. DIVERSIFICAZIONE Riduzione specializzazione aziendale; diversificazione attività aziendali; diversificazione canali commerciali; pluriattività	
C. IMPRENDITORIALITÀ Propensione all'investimento; gestione delle risorse umane (analisi e progettazione delle mansioni, pianificazione delle mansioni, reclutamento e selezione, formazione e sviluppo, gestione delle prestazioni, relazioni interne), capacità imprenditoriali (pertinenza tipo di istruzione); propensione all'innovazione (creazione e gestione della conoscenza, programmazione e controllo, pianificazione strategica, ricorso all'intelligenza artificiale, ecc.)	

Calcoli e misurazioni (anche in seguito agli interventi effettuati e menzionati nella domanda precedente)

	Valore o Δ%
Produzione Lorda Vendibile	
Fatturato aziendale	
Capitale sociale	
Costi variabili/fatturato	
Spesa in conto capitale/spesa totale	
Livello di istruzione del conduttore	
Incidenza % fatturato per produzione vegetale/animale / fatturato aziendale	
Incidenza % fatturato per attività connesse / fatturato aziendale	
Reddito extra-aziendale	
Lavoro extra familiare	
Superficie Agricola Utilizzabile (SAU)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	
Altro (specificare)	

* Se non il valore, indicare se in aumento, invariato o in diminuzione negli ultimi 5 anni

Evoluzione del fatturato negli ultimi 5 anni (variazione %) _____