



I GRUPPI OPERATIVI DEL PEI: ATTUAZIONE ED ESPERIENZE CONCRETE

INNOVAZIONE
RICERCA
INFORMAZIONE
RETE CONOSCENZA
FORMAZIONE
CAPITALE-UMANO
COMUNICAZIONE
IMPRESA
CONSULENZA
PARTNERSHIP
INTERAZIONE

Rete Rurale Nazionale

Autorità di gestione:

Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

Via XX Settembre, 20 – Roma

reterurale@politicheagricole.it

www.reterurale.it - @reterurale - www.facebook.com/reterurale

Valentina Carta

Palermo – 27 Giugno 2018

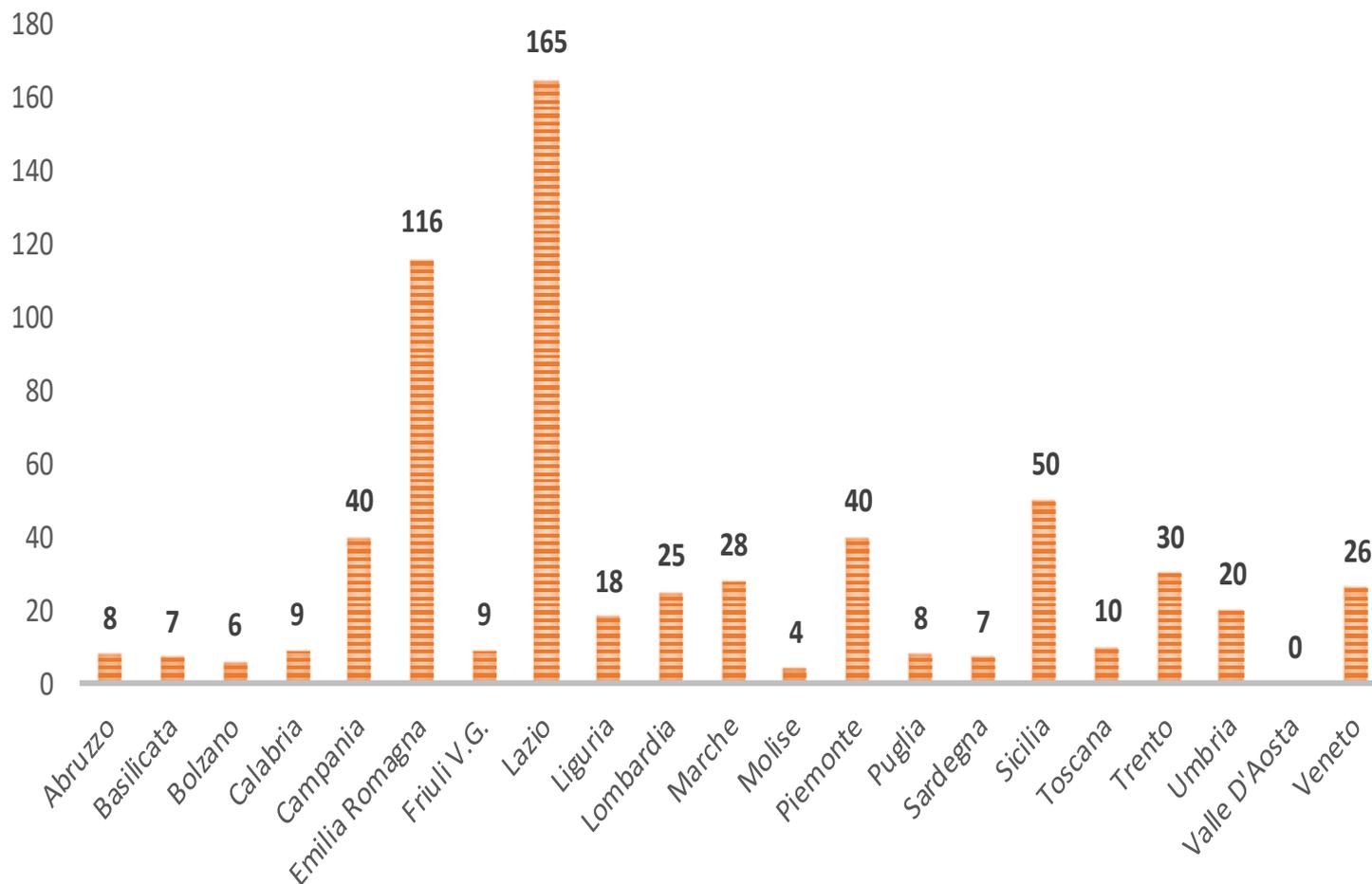
Catania – 29 Giugno 2018



TEMI DELLA PRESENTAZIONE

- I numeri del PEI AGRI in Italia
- Come si costruisce un progetto
- Alcune esperienze pratiche

PEI AGRI in Italia: GO numeri e finanziamenti



188 Mln€

Spesa Programmata



42 Mln€

Finanziamento concesso



626

GO Attesi



150

GO Selezionati

PEI AGRI in Italia: GO numeri e finanziamenti

16

Hanno effettuato i bandi di setting up dei Gruppi Operativi (tutte tranne Bolzano, Emilia Romagna, Umbria; alcuni chiusi, alcuni aperti)

6

Hanno GO in attività (Emilia Romagna, Trento, Bolzano, Umbria, Veneto, Basilicata)

3

Sono in fase di selezione dei progetti dei Gruppi Operativi (Toscana, Marche, Campania)

GO selezionati per contributo concesso

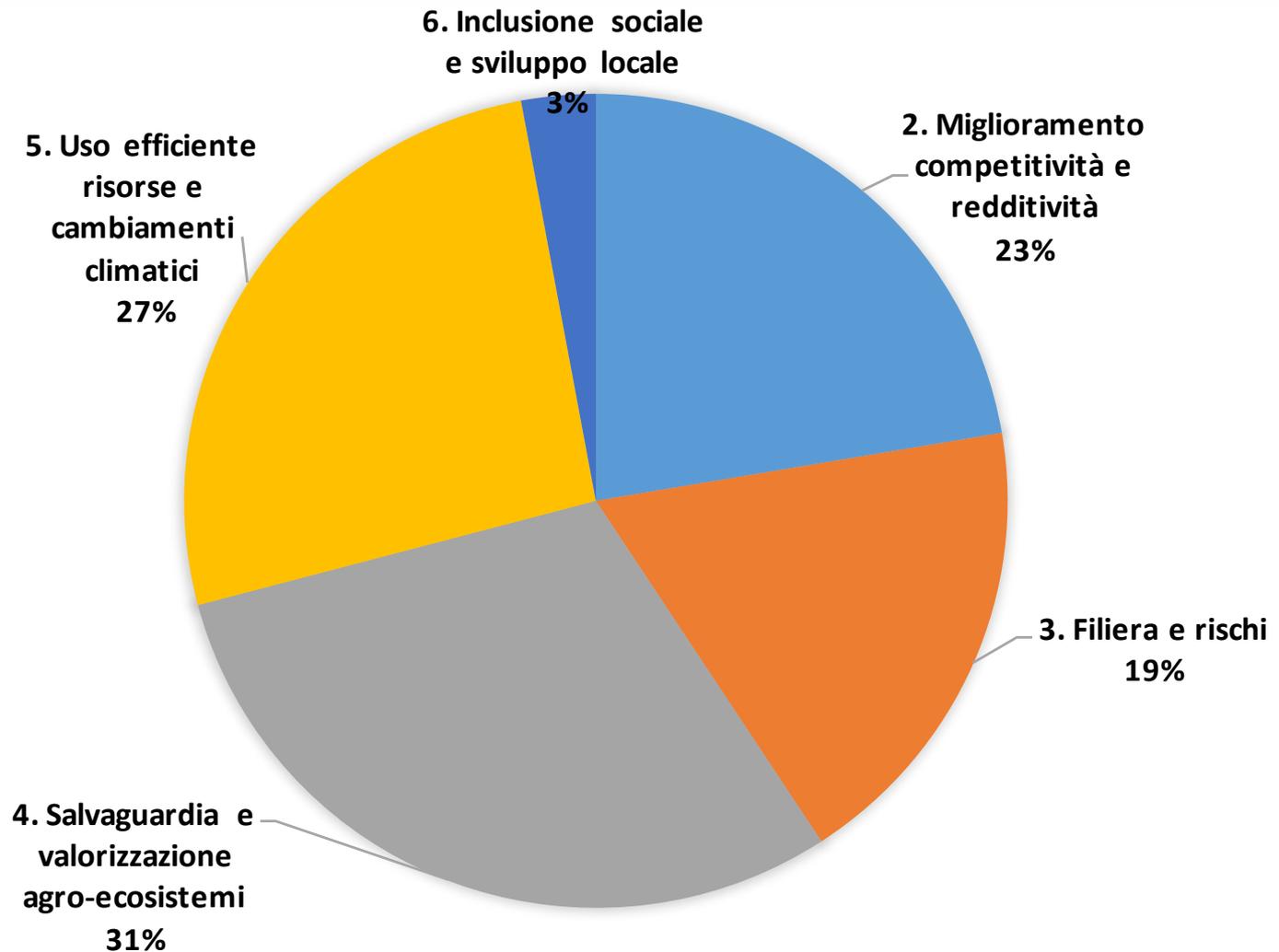
(aggiornamento al 15 Aprile 2018)

Regione		GO ammessi (n)	Contributo concesso (€)
Basilicata		11	2.800.000
Bolzano		3	749.970
Emilia	Bando 2016	58	13.601.196
Romagna	Bando 2017	35	5.407.609
Trento	Bando 2016	7	2.450.979
	Bando 2017	5	1.496.000
Umbria		13	5.268.553
Veneto		18	10.293.898
Totale		150	42.068.205

Fonte: Elaborazioni dai siti web delle AdG

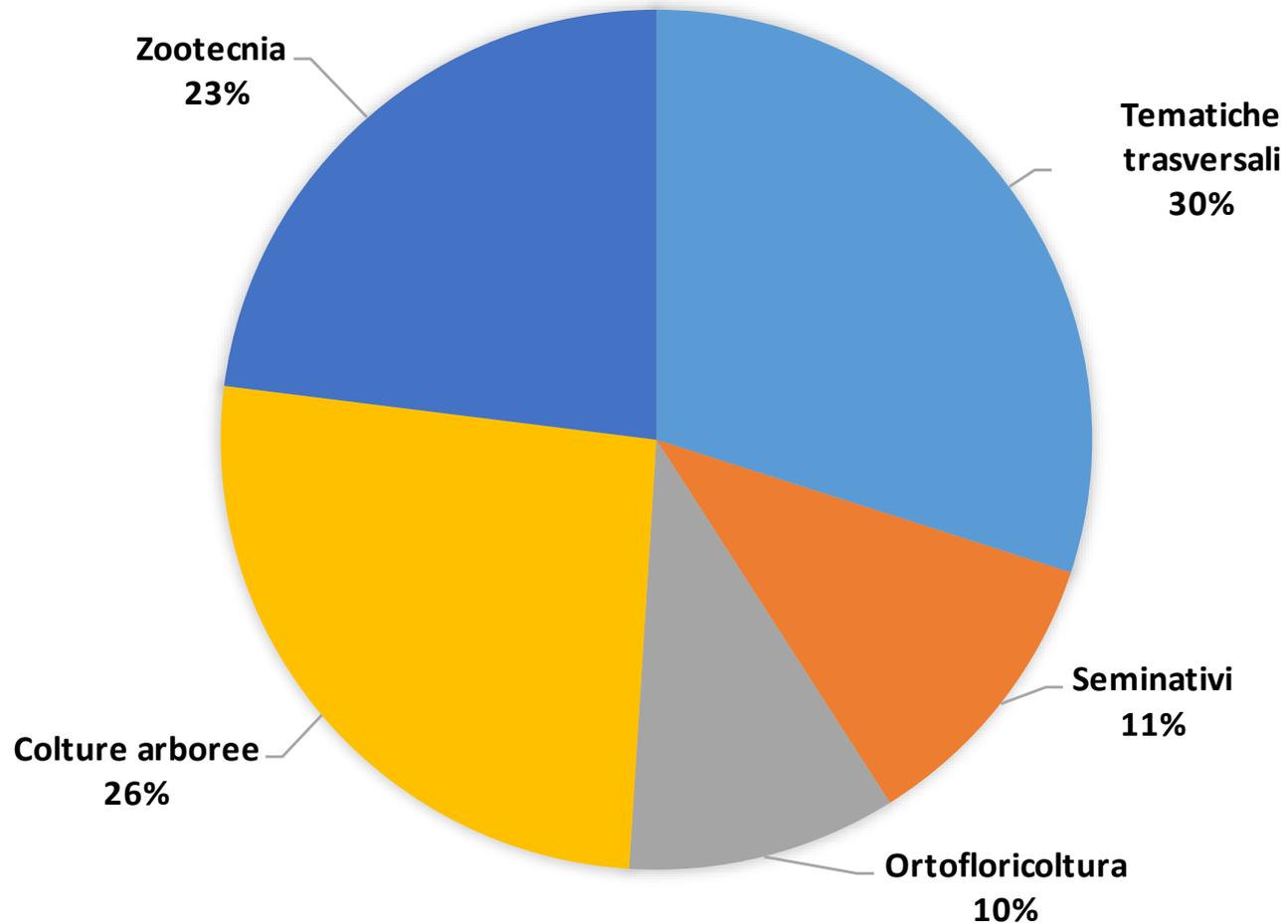
GO italiani per priorità

(aggiornamento al 15 aprile 2018)



GO italiani per comparto/tematica

(aggiornamento al 15 aprile 2018)



Come si costruisce un progetto

1

INDIVIDUAZIONE DEL PROBLEMA E
CARATTERIZZAZIONE DELLE AZIENDE TARGET

2

INDIVIDUAZIONE DELL'INNOVAZIONE E
SUO ADEGUAMENTO

3

PIANO AZIENDALE E IMPLICAZIONI
DELL'ADOZIONE DELL'INNOVAZIONE

4

DIVULGAZIONE DELL'INNOVAZIONE
INTRODOTTA

5

COORDINAMENTO E INTERAZIONE

6

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

1. I problemi/opportunità e gli utenti

Alcune domande specifiche da porsi:

1. **Quali problemi/opportunità è più urgente affrontare** per migliorare le performance tecniche/economiche/gestionali/relazionali/ecc. delle aziende di questo territorio?
2. **Quali aziende presentano questi problemi?** Quali caratteristiche hanno dal punto di vista produttivo, delle dimensioni economiche, dell'organizzazione del lavoro, ecc.?
3. **Sono numerose** oppure si tratta di un piccolo gruppo di aziende?
4. **Dove sono localizzate?** Il contesto socio-economico di riferimento è omogeneo?
5. **La problematica/opportunità** riguarda anche altri soggetti (segmenti della filiera o altri soggetti del territorio)?
6. **Quali soggetti** potrebbero insieme intervenire efficacemente per trovare una soluzione? Quale partenariato potrebbe essere più utile?

2. L'innovazione e le aziende



Come scegliere l'innovazione:

1. **Quali innovazioni** potrebbero risolvere il problema o offrire un'opportunità per le imprese individuate?
2. L'innovazione può essere introdotta direttamente in queste aziende o necessita di qualche adattamento? Le **strutture di ricerca** (pubbliche o private) che le hanno messe a punto o che le conoscono bene devono avviare un **processo di verifica** delle modifiche necessarie?
3. Per introdurre l'innovazione **l'azienda deve fare qualche cambiamento**? Di che tipo?
4. Per introdurre l'innovazione **l'azienda deve sostenere delle spese**? Di che tipo?
5. **Occorre acquisire competenze** che mancano all'interno dell'impresa? Quanto costa formarsi per introdurre l'innovazione individuata? Quanto costa il supporto di un professionista già competente?

3. Introduzione dell'innovazione



Modalità più idonee per introdurre l'innovazione nelle aziende:

- ❖ piano aziendale di investimento?
- ❖ modifiche strutturali e/o di tecnica produttiva?
- ❖ formazione e riorganizzazione del personale?
- ❖ prove dimostrative e/o study visit?

4. Divulgazione dell'innovazione introdotta

 Il processo di introduzione delle innovazioni nei GO prevede anche il coinvolgimento di altre aziende mediante attività di divulgazione e consulenza

Occorre quindi chiedersi:

1. Quante altre aziende possono essere coinvolte nel processo di divulgazione?
2. In quali fasi del progetto è bene coinvolgerle per avere un feedback sull'efficacia/efficienza dell'innovazione in relazione alla problematica?
3. **Quali strumenti** sono più idonei in relazione alla tipologia di aziende e all'innovazione che si vuole introdurre?

L'attività di divulgazione/consulenza potrebbe comprendere una serie di azioni in sequenza:

- incontri di informazione
- alcuni incontri dimostrativi a piccoli gruppi
- un periodo di consulenza

5. Coordinamento e interazione



Prevedere, fin dall'avvio della progettazione dell'intervento, modalità e strumenti che garantiscano **la partecipazione interattiva**

È utile quindi:

- costruire insieme il progetto
- definire obiettivi operativi del progetto di cui siano congiuntamente responsabili più partner
- prevedere modalità di condivisione di materiali, documenti, risultati
- prevedere un feedback degli altri partner su prodotti e risultati di ciascuno
- programmare incontri periodici dell'intero partenariato
- impostare le fasi di collaudo e adattamento delle innovazioni in modo che sia possibile alle imprese proporre e ottenere modifiche dei processi e dei risultati

6. Monitoraggio

6 Per strutturare questa parte di lavoro occorre porsi alcune domande:

1. Quali sono i **risultati** che il progetto vuole ottenere?
2. Come possono essere **misurati**?
3. Come viene realizzata l'**interazione** tra partner del progetto?
4. Quali **informazioni** occorre raccogliere? come, quando, dove?
5. Quali e quanti **soggetti**, tra imprese e altre tipologie, sono coinvolti?
6. Quali e quanti **investimenti** sono stati realizzati per introdurre innovazioni? E quali i **settori/le filiere** coinvolte?
7. **Quali innovazioni** sono state realizzate e chi hanno interessato?
8. **Quali risultati** hanno prodotto le innovazioni? Rispondono alle problematiche/opportunità delle imprese? La loro competitività è incrementata?
9. È possibile **replicare/adattare** le esperienze di innovazione ad altri contesti?

6. Valutazione

6 È anche importante «accompagnare» la fase di raccolta dati con momenti dedicati alla valutazione in itinere e finale di:

- difficoltà
- meccanismi di interazione tra i diversi soggetti coinvolti
- nuove conoscenze/informazioni che ogni partner ha potuto acquisire e sperimentare, ecc.
- risultati e replicazione dell'esperienza
- ecc.

Uno strumento utile a questo scopo è, ad esempio, il focus group condotto da un soggetto esterno al partenariato.

Esempio: GO ITACA

RETERURALE NAZIONALE 20142020

ITACA:

Innovazione Tecnologica e Ambientale
per la gestione dei trattamenti nella viticoltura eroica

IL GRUPPO...

- **PARTNER LEADER**
Az. Agr. Scandola di Bronca P. & G.
- **IMPRESSE AGRICOLE**
Az. Agr. Scandola di Bronca P. & G. (LP)
Az. Agr. Colfale Alberto (PPS)
- **CONSORZI**
Consorzio Tutela del Vino Conegliano Valdobbiadone Prosecco (PPZ)
Consorzio Tutela Vini Soave e Recioto di Soave (PPA)
- **RICERCA**
Dipartimento di Agronomia Animali Alimenti Risorse Naturali e Ambiente (DAFNAE) - Università degli Studi di Padova (PP1)
Consiglio Nazionale delle Ricerche - Istituto di Agricoltura Ambientale e Forestale (IBAF) (PP2)
- **CONSULENZA/FORMAZIONE**
Istituto Regionale per l'Educazione e gli Studi Cooperativi (IRECOOP Veneto) (PPB)
- **PMI**
Irrigazione Veneta S.r.l. (PPC)
- **ALTRI**
Azienda ULSS 2 Marca trevigiana - Dipartimento di Prevenzione (PPF)

...E IL PROBLEMA AFFRONTATO

La viticoltura eroica nel Veneto è una realtà di grande importanza economica, sociale, paesaggistica e turistico culturale, che va salvaguardata e, possibilmente, incentivata.

Situata dopo l'abolizione dell'impiego dell'elicottero, bisogna:

- rendere possibile una difesa fitosanitaria efficace e a ridotto impatto ambientale;
- produrre un vino con il più basso residuo possibile di prodotti fitosanitari;
- migliorare la conoscenza quali-quantitativa dell'impiego dei prodotti fitosanitari sul territorio.

Il gruppo di lavoro collegato al progetto ITACA, adotta un approccio partecipativo (Bottom-up), che implica il coinvolgimento attivo dei beneficiari finali (azienda agricola) nelle diverse fasi di sviluppo del Piano: dalla rilevazione del problema da risolvere e dei fabbisogni, all'ideazione e progettazione degli interventi atti a fornire la soluzione, dall'implementazione di tali interventi alla fase di trasferimento dei risultati.

IL NOSTRO NETWORK
Coinvolgimento in H2020
Call - Sustainable Food Security - Resilient and resource-efficient value chains, H2020-SFS con il Progetto WARRASE
Coinvolgimento in INTERREG Italia-Austria V.A. Progetto TOP Value

COME RISOLVERE IL PROBLEMA INDIVIDUATO ?

QUALE SOLUZIONE?

Risk OFF! GENNAIO 2018
Risorsa Resonante 733.840 €

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ

Il progetto ITACA prevede lo svolgimento dei seguenti pacchi di lavoro (WP):

- WP1: Ingegnierizzazione dell'impianto fisso
- WP2: Gestione agronomica e fitosanitaria del vigneto in collina
- WP3: Trattamenti con acqua elettrolizzata e analisi dei residui sulle viti
- WP4: Verifica delle prestazioni fitosanitarie dell'impianto fisso e confronto con il sistema esistente.
- WP5: Verifica delle prestazioni ambientali dell'impianto fisso
- WP6: Estensione della piattaforma LA.VI.PE, suo interfacciamento con gli impianti fisici e costruzione di una banca dati georeferenziata sui trattamenti fitosanitari.
- WP7: Valutazione sostenibilità marchio collettivo d'area

I vantaggi attesi sono:

- 1) miglioramento della qualità igienico-sanitaria dei vini;
- 2) riduzione della deriva e dell'esposizione di operatori e residenti ai prodotti fitosanitari;
- 3) disponibilità di una banca dati georeferenziata sui prodotti utilizzati

Si dimostrerà come sia possibile salvaguardare la viticoltura eroica e produrre un vino di qualità in maniera sostenibile e con ridotto residuo tramite:

- 1) l'allestimento di un impianto fisso per i trattamenti fitosanitari;
- 2) l'integrazione di acqua elettrolizzata ai trattamenti fitosanitari convenzionali;
- 3) l'interfacciamento della piattaforma LA.VI.PE con gli impianti fisici in modo da integrare le informazioni ai consorziati con i dati provenienti dagli stessi impianti sperimentali;
- 4) la valutazione della sostenibilità di un marchio collettivo d'area, che supporti una viticoltura a basso impatto ambientale, l'applicazione di un protocollo di trattamento più rigido rispetto alla normativa in vigore e salvaguardia della biodiversità.

DISSEMINAZIONE

Il piano di comunicazione mira ad ottimizzare il trasferimento dei risultati del progetto, al fine di informare e sensibilizzare i seguenti target selezionati: Aziende agricole e tecnici agronomi del comparto vitivinicolo Veneto e di altre regioni italiane; GO Italiani e stranieri focalizzati sul tema viticoltura di precisione, difesa integrata avanzata e riduzione dell'utilizzo di prodotti fitosanitari; Istituti agrari, università, centri di ricerca italiani e stranieri; Aziende agricole e tecnici di altri Stati europei; Stampa di settore (italiano e straniero); Piattaforma RE-AIGRI europea; i GO italiani e stranieri; il Rete Rurale nazionale; i progetti Horizon 2020; i focus group del PE

*Contatti Leader di progetto: **Prof. Giuseppe Zanin - tel. 049 8272819 / e-mail: giuseppe.zanin@unipd.it**
*Contatti al workshop: **Luibetta Benozzi - tel. 042 256311 / e-mail: benozzi@advisiagroup.it / scatto@advisiagroup.it**

PROBLEMA

Salvaguardia della viticoltura eroica veneta per l'importanza economica, sociale, paesaggistica e turistico culturale.

Dopo l'abolizione dell'impiego dell'elicottero bisogna:

- Rendere possibile una difesa fitosanitaria efficace e a ridotto impatto ambientale;
- Produrre un vino con il più basso residuo possibile di prodotti fitosanitari;
- Migliorare la conoscenza quali-quantitativa dell'impiego dei prodotti fitosanitari sul territorio

INNOVAZIONE

- 1) Allestimento di un impianto fisso per i trattamenti fitosanitari
- 2) Integrazione di acqua elettrolizzata ai trattamenti fitosanitari convenzionali
- 3) Interfacciamento con la piattaforma LA.VI.PE con gli impianti fissi in modo da integrare le informazioni ai consorziati con i dati provenienti dagli stessi impianti sperimentali
- 4) Valutazione della sostenibilità del marchio collettivo d'area e l'applicazione di un protocollo di trattamenti più rigido rispetto alla normativa in vigore

RISORSE FINANZIARIE

€ 793.840



PRATI_CO

PRATI_CO



PERIODO

01/04/2016
31/03/2019

RISORSE FINANZIARIE

COSTO TOTALE: 168.284,32 €
CONTRIBUTO AMMESSO: 167.887,52 €

I partner **viaggiano insieme** con un autobus durante le visite alle aziende partner del GO, **condividendo** le conoscenze sui territori, i prodotti locali e altri attori locali che sono implicati nella filiera del Parmigiano Reggiano. Durante il viaggio in autobus, i partner del GO discutono sulle attività e sui risultati del progetto, concentrandosi su argomenti di interesse comuni (fertilità del suolo, impronta di carbonio, sequestro del carbonio, ...) attorno ai quali **condividono la pratica e le conoscenze scientifiche**

GO SEMS

Smart Economic Monitoring Systems

PERIODO ATTIVITÀ

4/2016 – 2/2019

RISORSE FINANZIARIE

€ 190.000 € (70% PSR-ER
30% Cofinanziamento)

PERIODO ATTIVITÀ

4/2018 – 4/2021

RISORSE FINANZIARIE

€ 400.000

GO IN.MO.ME.VI

Innovativi modelli per la gestione
meccanizzata e sostenibile del vigneto –

PERIODO ATTIVITÀ

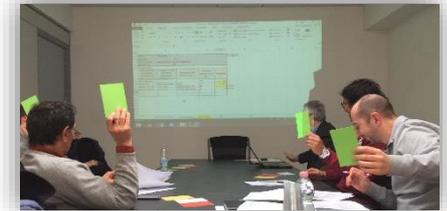
7/2016 – 7/2019

RISORSE FINANZIARIE

€ 347.870

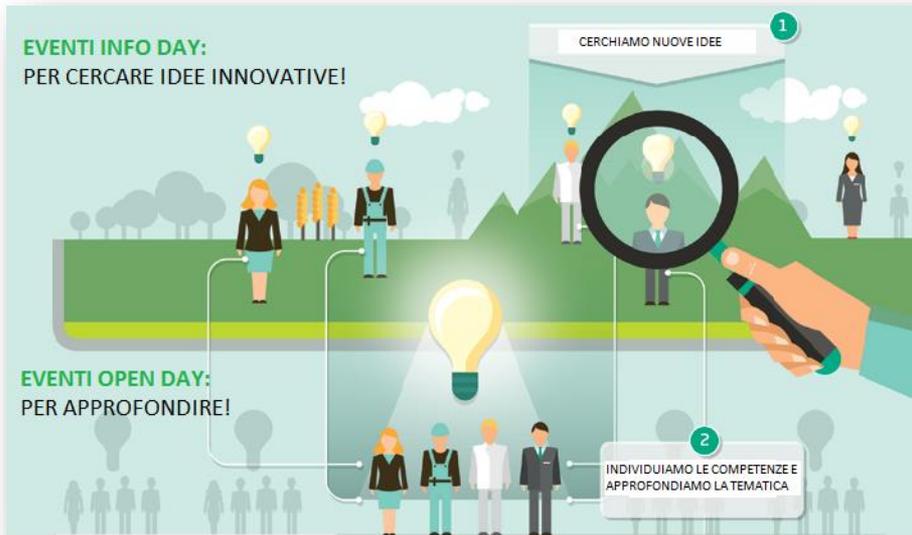
GO VINSACLIMA

Valutazione di strategie innovative di
adattamento, in vigneto e in cantina, al
mutato contesto climatico –



METODOLOGIA DI INTERAZIONE UTILIZZATA: Meeting con tutti i membri del GO, durante i quali ciascuno illustra i progressi fatti nelle proprie attività di progetto.

Gli altri partner sono invitati ad intervenire e a dare **suggerimenti**, anche su eventuali cambiamenti da apportare, sulla base dell'andamento dei progetti.



OBIETTIVI

- Istituire un servizio di **Innovation Broker (Agenzia ASSAM)** a livello regionale
- Aumentare la **consapevolezza e conoscenza** dei nuovi approcci per l'innovazione utilizzando una serie di azioni di comunicazione
- Aumentare la **diffusione dei risultati** dei progetti

STRUMENTI

- Creazione di una piattaforma online con una vasta gamma di informazioni disponibili
- Realizzazione di un processo di «animazione» in tutto il territorio regionale attraverso giornate informative e open day (workshop, visite in campo, partecipazione ad eventi e fiere)
- Condivisione di informazioni provenienti dal livello nazionale ed europeo



GRAZIE PER L'ATTENZIONE



- **Valentina Carta**

valentina.cart@crea.gov.it

*Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria
Centro di Politiche e bioeconomie*