

# FORMAZIONE: UNO STRUMENTO PER L'INNOVAZIONE nelle aree rurali



---

**REPORT**  
a cura del  
**GAL**  
Valle Seriana  
e dei Laghi  
Bergamaschi



# INDICE



---

UNO SGUARDO ALL'INDIETRO .....	1
LO STEP SUCCESSIVO .....	2
ANALIZZARE I BISOGNI FORMATIVI .....	3
L'ANALISI .....	5
I FABBISOGNI FORMATIVI NELLE STRATEGIE DEL PSR .....	6
INTERVISTE QUALITATIVE .....	9
IL QUESTIONARIO .....	11
I BISOGNI RILEVATI .....	15
L'OFFERTA FORMATIVA .....	20
I PROSSIMI PASSI.....	22



# UNO SGUARDO ALL'INDIETRO



La prima fase del progetto JoiN, acronimo di Job, Innovation and Networking in Rural Areas, avviato tra la fine del 2019 e l'inizio del 2020, ha mirato ad approfondire la conoscenza delle imprese innovative presenti sul territorio del GAL Valle Seriana e dei Laghi Bergamaschi attraverso una mappatura delle realtà esistenti.

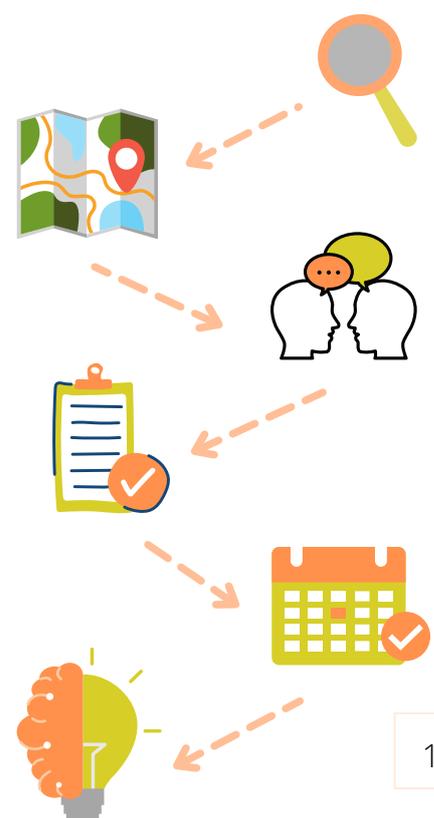
Dopo il primo censimento, che ha permesso al nostro Gal di individuare circa una sessantina di imprese all'avanguardia, si è passati ad una fase di maggior approfondimento grazie allo svolgimento di interviste qualitative.

Le imprese particolarmente degne di nota sono state inserite all'interno di un report che descrive questa prima parte di lavoro e che presenta ogni realtà evidenziandone i suoi principali elementi d'innovazione così come i principali benefici che l'impresa porta al territorio in cui essa opera.

E' stato inoltre organizzato un evento in collaborazione con gli altri Gal lombardi coinvolti nel progetto con l'obiettivo di favorire lo scambio di buone pratiche, il dialogo ed il confronto tra diverse realtà e territori in ottica di predisporre un terreno fertile che favorisca e stimoli la circolazione delle idee creative e quindi l'innovazione nelle aree rurali.

## AZIONI SVOLTE :

- Un'indagine sulle esperienze innovative presenti sul territorio
- Mappatura coordinata delle aziende innovative
- Interviste qualitative
- Un report di presentazione di tutte le realtà indagate
- Un evento per favorire lo scambio di buone pratiche e di conoscenze tra imprese e tra territori



# LO STEP SUCCESSIVO



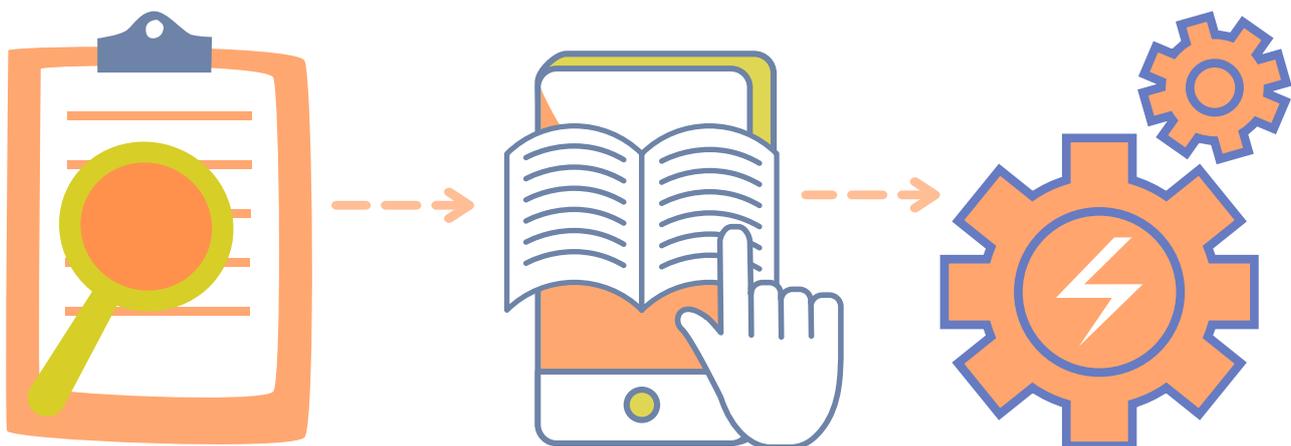
Il progetto JoiN intende fornire un sostegno concreto alle imprese attraverso forme organizzate di supporto e/o coordinamento, la creazione di strutture a sostegno di innovazione e lavoro, documenti operativi (toolkit e manuali), corsi e workshop.

Ciò vuole essere messo in atto dando particolare focus e attenzione ai temi ed alle esigenze specifiche della nuova imprenditorialità emersi a livello locale.

Per questo motivo lo step successivo del progetto, messo in atto nel periodo settembre -- dicembre 2020, è stato quello di indagare i principali fabbisogni formativi delle aziende coinvolte e, allo stesso tempo, anche quello di analizzare e mappare l'offerta formativa attualmente presente sul territorio.

I bisogni formativi possono essere intesi come risposta al divario esistente tra abilità, conoscenze e competenze possedute dalle aziende e quelle che dovrebbero possedere per rispondere adeguatamente alle sfide e ai cambiamenti imposti dal mercato e per assicurarsi una sostenibilità economica che permetta loro di continuare a generare externalità positive e a creare occupazione nelle aree rurali.

L' **obiettivo** è quello di aiutare il nostro territorio a sviluppare imprenditorialità innovative, dinamiche di nuova esperienzialità nel mondo del lavoro e di innescare dinamiche di sviluppo.



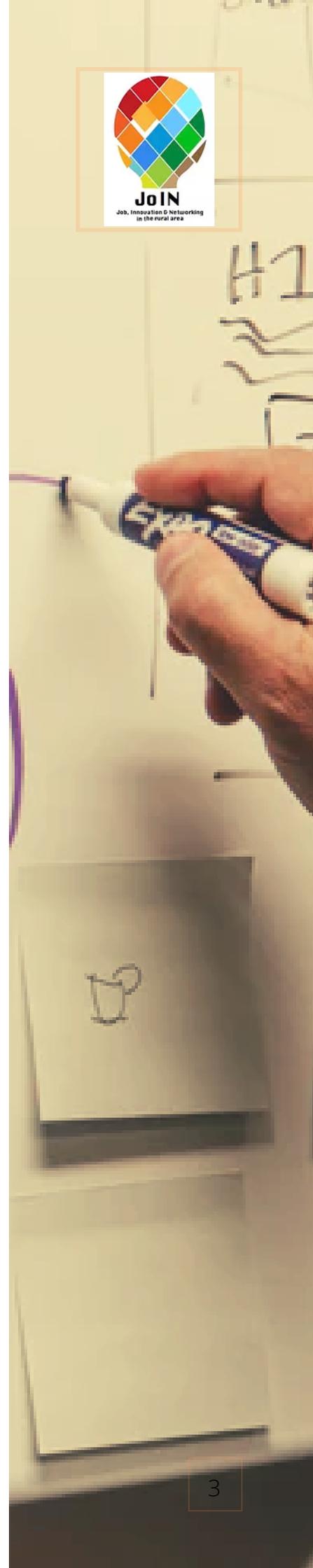
# ANALIZZARE I BISOGNI FORMATIVI

---

L'analisi dei fabbisogni è uno strumento essenziale per la realizzazione di interventi e la messa in pratica di strategie finalizzate a favorire il raccordo tra domanda e offerta di qualificazione professionale.

Nel settore agricolo, la necessità di conoscere rapidamente i fabbisogni formativi per impostare un'adeguata politica di formazione risulta ancora più importante rispetto ad altri settori sia per la specificità e la complessità del sistema produttivo sia per gli obiettivi strategici generali definiti a livello sovranazionale e tali da richiedere competenze altamente diversificate in campo economico, sociale ed ambientale.

La strategia Europa 2020 "per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva" (Commissione europea, 2010) mira al passaggio ad un'economia basata sulla conoscenza e sull'innovazione (intelligente), più efficiente sotto il profilo delle risorse, più verde e competitiva (sostenibile) e più coesa, attraverso lo sviluppo economico e sociale nei territori meno avvantaggiati (inclusiva). L'importanza di questi obiettivi strategici è sancita anche dal più recente Quadro Strategico Comune (QSC) per il periodo di programmazione 2014-2020, il quale stabilisce che tutti i Fondi strutturali europei di investimento, compresi i fondi per l'agricoltura e lo sviluppo rurale, sono chiamati a perseguire determinati obiettivi tematici strettamente collegati alla strategia Europa 2020, tra cui quello di investire nell'istruzione, nella formazione e nella formazione professionale per le competenze e l'apprendimento permanente.



# ANALIZZARE I BISOGNI FORMATIVI

---



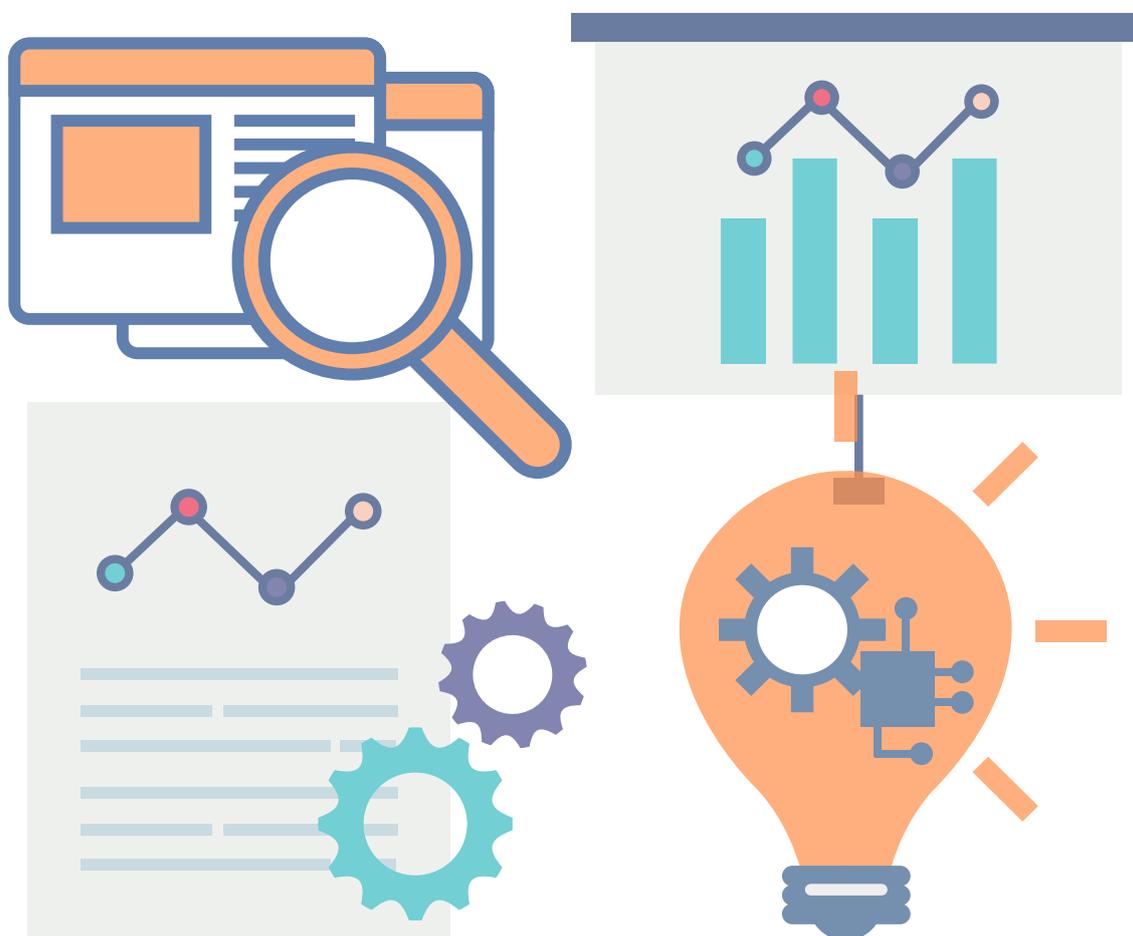
Assolvere agli obiettivi connessi alle priorità strategiche di Europa 2020, così come agli obiettivi tematici definiti dal QSC e a quelli specifici dello sviluppo rurale, impone la presenza di un capitale umano fortemente preparato e responsabile in relazione all'obiettivo generale di sostenibilità dello sviluppo. Nelle zone agricole e rurali questo implica la presenza di soggetti che non solo abbiano competenze prettamente agricole ma anche conoscenze manageriali, di mercato, ambientali e sociali. Del resto, le caratteristiche del settore agroalimentare, dove la globalizzazione favorisce l'adozione di nuove e distanti abitudini alimentari e dove le scelte di consumo sono condizionate da numerosi fattori (quali lo stile di vita, il reddito, le condizioni sociali, il grado di sensibilità verso l'ambiente e il sociale, le tradizioni e le necessità nutrizionali), impongono alle imprese di investire continuamente nell'innovazione, intesa come capacità di realizzare sempre nuovi prodotti e processi in grado di soddisfare le esigenze mutevoli dei consumatori e dei canali distributivi. Data la natura complessa che caratterizza l'innovazione, sono pertanto necessarie capacità imprenditoriali e professionali avanzate. A questo si aggiunge anche il fenomeno crescente dell'ingresso in agricoltura di giovani imprenditori ed addetti provenienti da situazioni lontane dal settore primario e con una formazione scolastica non agraria, i quali, presentando maggiori criticità nell'avvio e nella gestione di un'impresa agricola rispetto a coloro che invece subentrano in un'attività agricola oramai consolidata, mostrano maggiori bisogni formativi.

# L'ANALISI



L'indagine dei fabbisogni formativi è stata realizzata grazie ad una combinazione e rielaborazione di dati e di fonti:

- Indagine realizzata dalla Rete Rurale Nazionale (RRN) in merito ai fabbisogni formativi nelle strategie dei PSR
- Interviste qualitative alle aziende individuate sul territorio
- Interviste qualitative alle principali associazioni di categoria
- Questionario d'indagine online sottoposto a tutte le imprese mappate nella prima fase del progetto



# L'ANALISI



## I FABBISOGNI FORMATIVI NELLE STRATEGIE DEL PSR

L'analisi dei fabbisogni formativi espressi nei PSR italiani è stata condotta dalla Rete Rurale Nazionale individuando per ciascun Piano le istanze formative emerse lungo tutto il percorso logico della programmazione\*.

Come si evince dal grafico nr. 1, il quale mostra la frequenza dei fabbisogni formativi individuati nei PSR da parte di RRN, la sostenibilità ambientale risulta essere il fabbisogno espresso più diffuso tra i PSR, sia per la sua genericità sia per il fatto che rappresenta uno degli obiettivi trasversali delle politiche di sviluppo rurale.

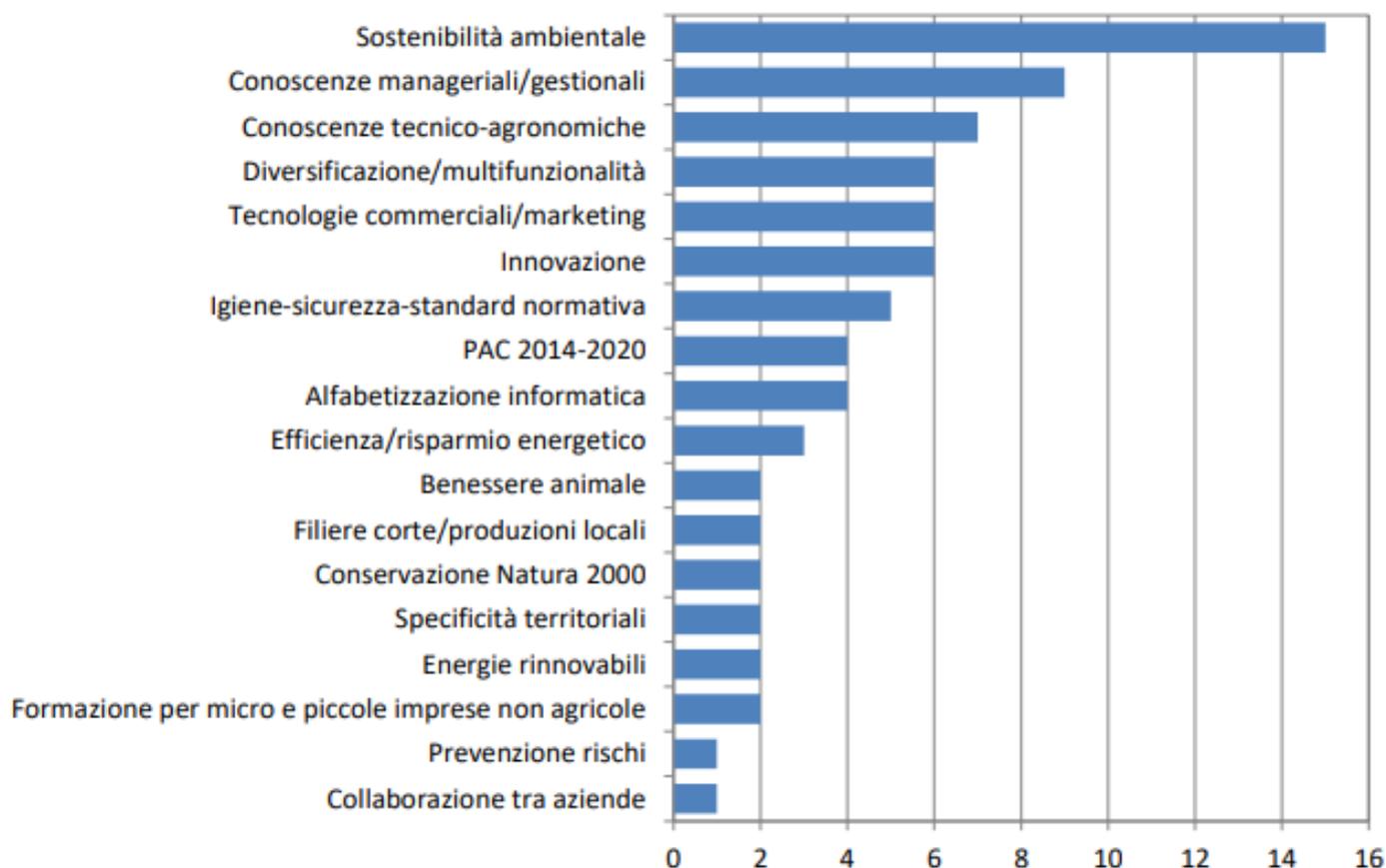


Grafico Nr. 1 - La frequenza dei bisogni formativi individuati nei PSR

\*Per maggiori informazioni si rimanda al seguente documento: [formazione\\_-\\_fabbisogni\\_in\\_agricoltura\\_vd-2.pdf](#) ([www.innovarurale.it](http://www.innovarurale.it))

# L'ANALISI

Il tema ambientale ricorre anche in altri fabbisogni meno frequenti come in quelli del risparmio energetico e delle energie rinnovabili, della conservazione degli Habitat delle aree Natura 2000 e della prevenzione dei rischi. Tendenzialmente i fabbisogni legati al tema ambientale sono più diffusi nel Centro-Nord.

I fabbisogni professionali connessi alle competenze imprenditoriali risultano molto presenti sia per quanto riguarda gli aspetti tecnici che quelli economici. Sono infatti richieste le competenze manageriali e di marketing, nonché quelle che riguardano le conoscenze tecnico-agricole e la capacità di diversificare le attività adottando modelli imprenditoriali multifunzionali ma anche verso l'integrazione di filiera.

Emerge il tema indifferenziato dell'innovazione e della formazione delle PMI extra-agricole, fondamentale per lo sviluppo integrato delle aree rurali.

Tra le competenze che si ritengono necessarie ci sono anche quelle legate agli adempimenti normativi e alla conoscenza delle politiche comunitarie. Quattro AdG (agenzie per la coesione territoriale) indicano anche l'alfabetizzazione informatica, che può sembrare anacronistica, ma in effetti nel contesto imprenditoriale agricolo, caratterizzato da una elevata quota di soggetti di età avanzata, rappresenta una esigenza sentita.



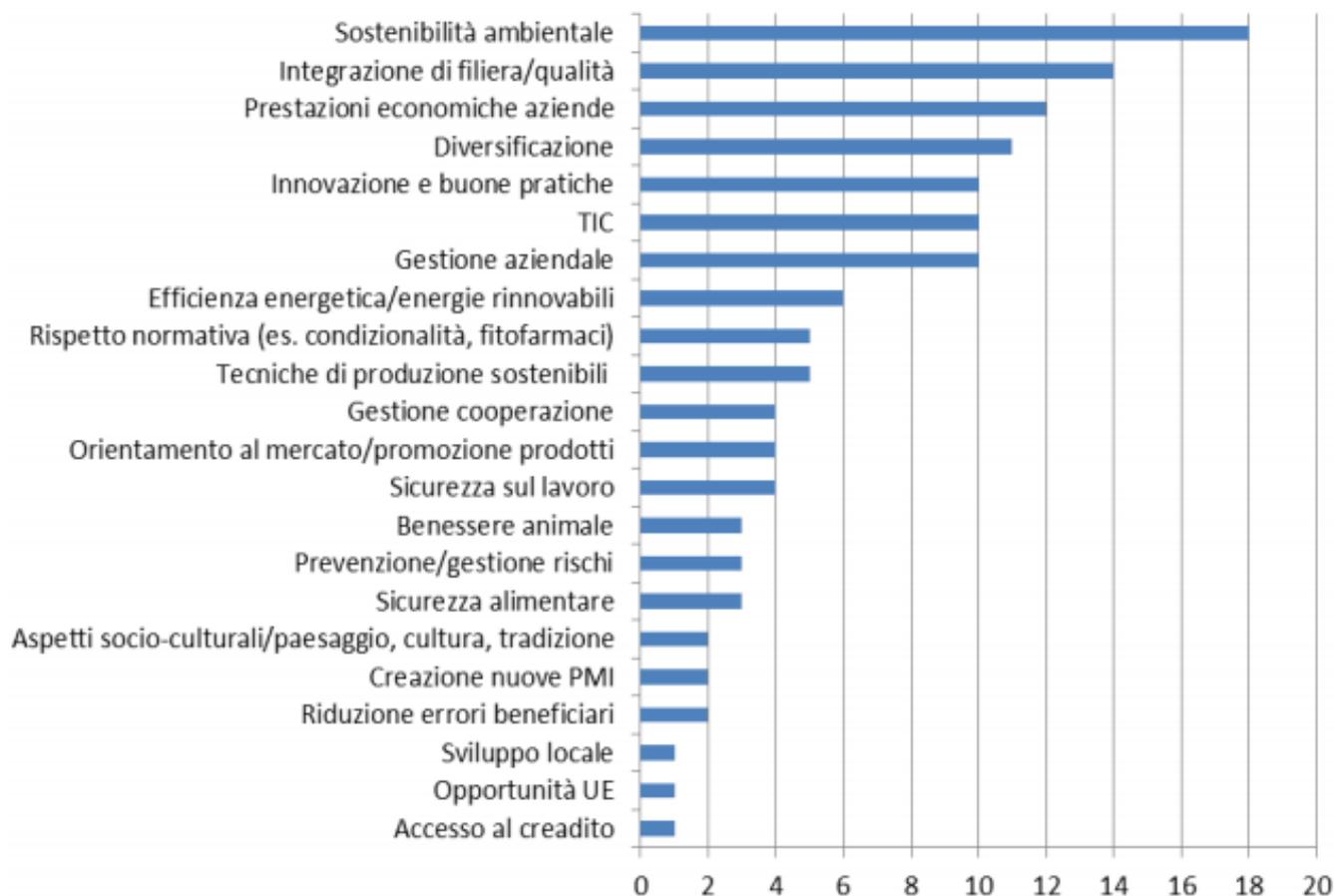
# L'ANALISI



In termini di frequenza decrescente dei temi formativi citati nei PSR invece (grafico nr. 2), dall'analisi si riscontra nuovamente una forte concentrazione sulla sostenibilità ambientale in tutte le sue declinazioni, da biodiversità a paesaggio, a gestione delle risorse idriche, suoli, energia, aree protette, riduzione delle emissioni, ecc.

Seguono le tematiche connesse all'integrazione di filiera e alla qualità, alle prestazioni economiche delle aziende, alla diversificazione, innovazione, TIC e gestione dell'azienda.

A seguire temi quali efficienza energetica ed energie rinnovabili (es. condizionalità, uso dei prodotti fitosanitari, attuazione direttiva acque), tecniche di produzione sostenibili quali agricoltura integrata, biologica, conservativa.



# L'ANALISI

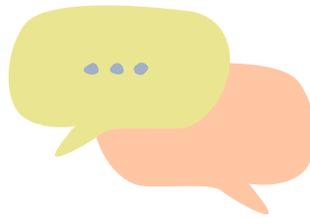
---



In alcuni casi è emersa anche la gestione della cooperazione, compresa quella di filiera, l'orientamento al mercato e la promozione dei prodotti, la sicurezza sul lavoro.

Per quanto riguarda il trasferimento delle innovazioni invece molte AdG puntano sulla diffusione di buone pratiche, in quanto oltre alla formazione il PSR dà la possibilità di programmare azioni informative e visite aziendali (grafico Nr. 2).

## INTERVISTE QUALITATIVE



Le interviste sono state effettuate rivolgendoci a due diverse categorie di soggetti: nella prima fase del progetto, ovvero durante il processo di mappatura delle imprese innovative, sono state intervistate le 20 aziende che hanno ottenuto un punteggio più alto e quindi quelle che sono state classificate delle "best practices". Queste imprese sono state quindi oggetto di visita in modo da avere un confronto diretto con loro, per conoscere più da vicino la loro realtà e per comprendere i loro punti di forza e di debolezza. A queste imprese, durante la visita, è stato chiesto quali secondo il loro punto di vista potessero essere gli ambiti formativi nei quali fossero più carenti o le tematiche che avrebbero piacere di approfondire per migliorare il loro business.



# L'ANALISI

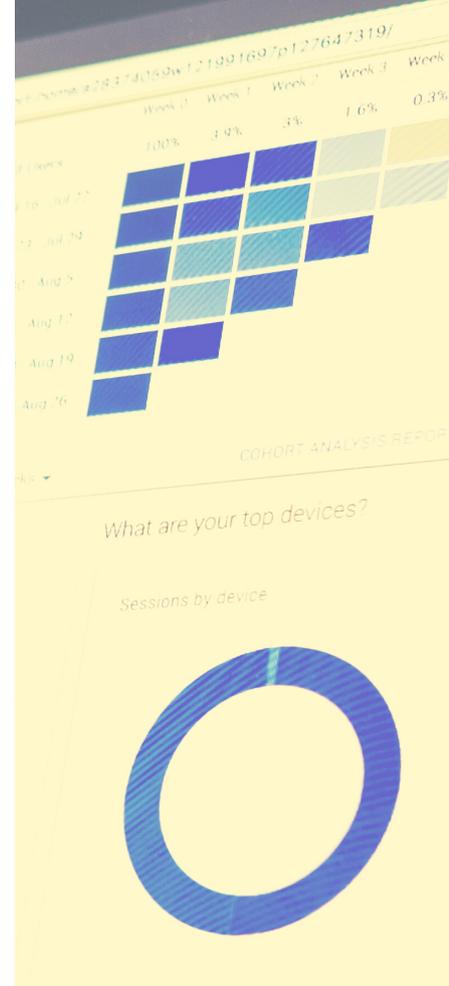
---

Nella seconda fase del progetto sono state inoltre effettuate alcune interviste ai rappresentanti delle principali associazioni di categoria del territorio del GAL Valle Seriana e dei Laghi Bergamaschi come Coldiretti, Confagricoltura, Confcooperative.

In questo modo è stato possibile confrontare eventuali differenze o somiglianze in termini di percezione dei principali bisogni formativi emersi da un lato da parte delle imprese e dall'altro da parte dalle associazioni di categoria.

Da una prima analisi è stato possibile notare fin da subito che da un lato alcune delle risposte ricevute da parte degli operatori combaciavano od erano molto simili alle risposte ricevute da parte dei rappresentanti delle associazioni di categoria; dall'altro lato invece alcuni imprenditori hanno citato alcuni (sebbene pochi) temi che avrebbero piacere di approfondire o ai quali approcciarsi per la prima volta che non erano stati presi in considerazione da parte delle associazioni di categoria.

In linea di massima dalle interviste è emersa la necessità di approfondire la comunicazione aziendale (soprattutto online), la necessità di diversificare i propri prodotti o servizi anche lavorando insieme ad altri soggetti e costruendo reti, ed infine sviluppare maggiori conoscenze sulla lavorazione dei prodotti.



# L'ANALISI



## IL QUESTIONARIO

Il questionario sottoposto alle imprese coinvolte nel progetto ha avuto l'obiettivo di indagare più nello specifico le esigenze formative delle imprese ponendo a quest'ultime domande più mirate portando in questo modo all'ottenimento di risultati quantitativi, facilmente misurabili e confrontabili e altresì di più agevole comunicazione.

Il questionario è stato realizzato tramite Google Form.

Per la realizzazione del questionario e delle domande che lo compongono è stato deciso di suddividere le esigenze formative in 3 principali macro ambiti (figura nr. 1):

- struttura/organizzazione aziendale
- prodotto/servizio
- esperienza/contatto con il cliente

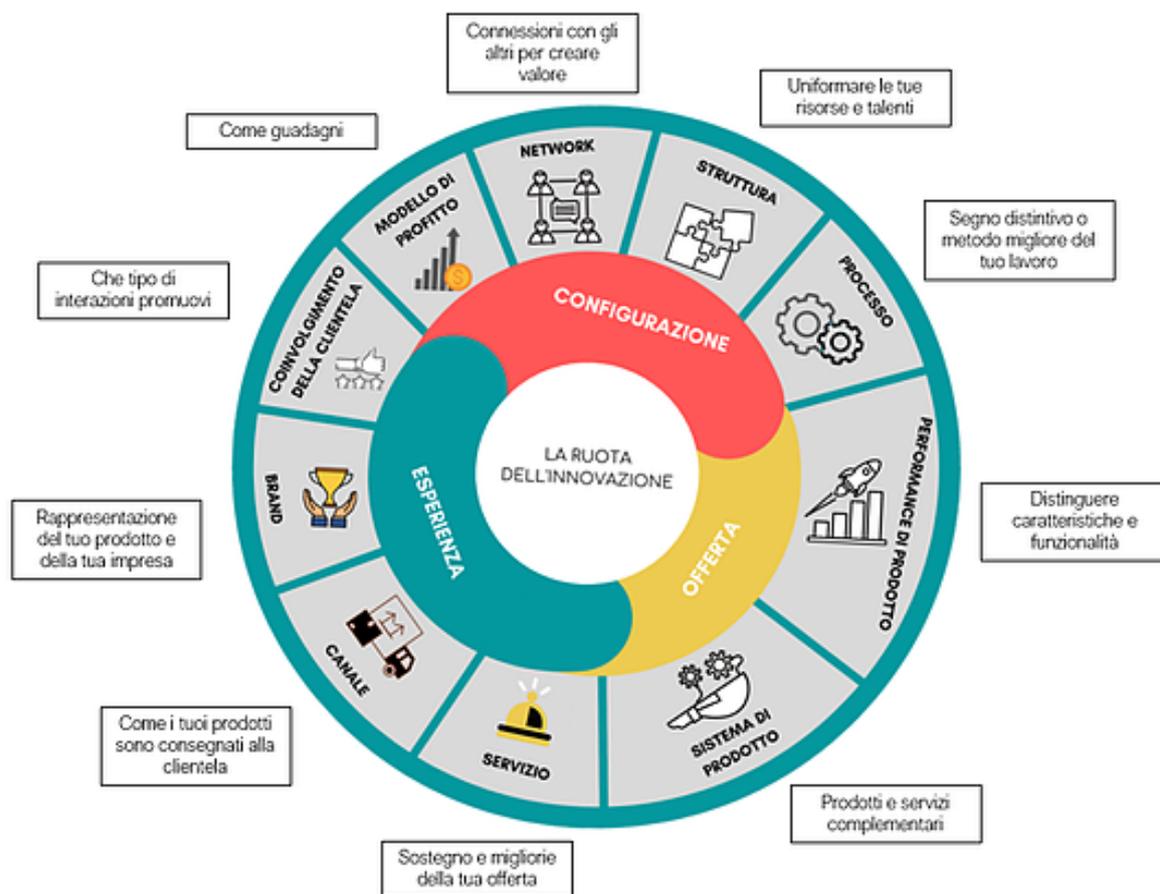


Figura Nr. 1 - La suddivisione dei bisogni formativi nei 3 macro ambiti

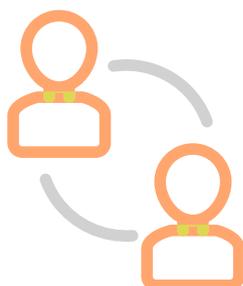
# L'ANALISI



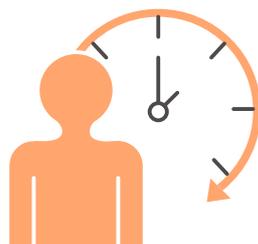
Nell'ambito dell'organizzazione aziendale troviamo elementi che si concentrano sul funzionamento più interno di un'azienda, sulla sua organizzazione e sul suo sistema di business. L'azienda in questo caso potrebbe necessitare dell'implementazione di un nuovo metodo organizzativo nelle pratiche commerciali, (riduzione costi amministrativi o di transazione) nel luogo di lavoro (incremento grado di soddisfazione) o nelle relazioni esterne. Alcuni esempi possono essere: la costruzione di reti e collaborazioni intersettoriali, politiche di premium price, la creazione di pacchetti risparmio.

A livello di prodotto o servizio invece si colloca l'offerta fornita dall'impresa. In questo caso si potrebbe necessitare dell'introduzione di un prodotto/servizio nuovo o migliorato, della creazione di offerte integrate o pacchetti promozionali ma anche di concentrarsi sulla sostenibilità ambientale o sull'individuazione di nuovi mercati.

Infine nell'area dell'esperienza si colloca principalmente l'interfaccia ed il contatto con il cliente, anche online. Un esempio può essere l'individuazione di nuovi canali, la creazione di un piano di marketing o l'utilizzo dei social media, ma anche lo sviluppo di nuove tecniche di vendita e di interfaccia con il cliente.



**ORGANIZZAZIONE**



**PRODOTTO**



**ESPERIENZA**

# L'ANALISI



Di seguito il questionario realizzato e sottoposto alle imprese (figura Nr. 2 e figura Nr. 3)

## Analisi Bisogni Formativi

Il questionario vuole indagare i bisogni formativi delle aziende coinvolte nel progetto di cooperazione JoiN. L'obiettivo è quello di promuovere un'offerta formativa su misura che supporti e aiuti le imprese favorendone lo sviluppo e l'innovazione nelle aree rurali.

**\*Campo obbligatorio**

Indirizzo email \*

Il tuo indirizzo email \_\_\_\_\_

Secondo te in quale di questi 3 ambiti la tua azienda necessiterebbe di maggior supporto o è più carente?

Struttura / Organizzazione (struttura aziendale, modello di business)

Prodotto / Servizio

Esperienza (contatto/interfaccia con il cliente, anche online)

Pensando alla tua ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Quali tra le seguenti tematiche avresti piacere di approfondire?

Lavorare in partnership con altri soggetti (es. convenzioni turismo-agricoltura, contrattare con intermediari comuni come ADV o T.O)

Nuove tecnologie per l'impresa (es. macchinari, software di gestione)

Progettazione strategica (es. Business Plan, politiche di Premium Price)

Marketing aziendale (studio del mercato, dei clienti-target, dei competitors)

Figura Nr. 2 - Il Questionario sottoposto alle imprese

# L'ANALISI



Pensando al tuo **PRODOTTO/SERVIZIO** - Quali tra le seguenti tematiche avresti piacere di approfondire?

- Creare offerte integrate (diversificazione del prodotto o servizio)
- Lavorare sulla sostenibilità ambientale
- Individuazione dei target-orientamento alla clientela
- Coltivazione ed orticoltura
- Qualificazione del prodotto (es. personal branding, strategie di pricing)

Pensando alla dimensione dell'**ESPERIENZA** (contatto con il cliente) - Quali tra le seguenti tematiche avresti piacere di approfondire?

- Marketing digitale (es. brand image, co-branding, canali di vendita)
- Comunicazione online (es. sito web, blog, piano editoriale, creazione di contenuti)
- Coinvolgimento e contatto con il cliente (es. accoglienza, storytelling)
- Social Media (es. Facebook adv)

Su quali tematiche ti piacerebbe sviluppare più conoscenze per migliorare la tua attività?

La tua risposta

---

Figura Nr. 3 - Il Questionario sottoposto alle imprese

# I BISOGNI RILEVATI



I bisogni formativi rilevati grazie all'incrocio e alla rielaborazione dei dati individuati possono essere riassunti nel seguente Word Cloud.



Le esigenze formative espresse dalle imprese sono state successivamente suddivise nei 3 principali macro ambiti già citati in precedenza: struttura/organizzazione aziendale, prodotto/servizio, esperienza/contatto con il cliente.

# I BISOGNI RILEVATI



I dati raccolti grazie al questionario sono risultati complessivamente in linea con i dati emersi grazie alle analisi qualitative, ma ci hanno permesso di ottenere dei dati più specifici, misurabili e quantificabili. Di seguito quindi i risultati raccolti dal questionario.

Nel complesso si è potuto notare come la maggior parte delle imprese necessiterebbe di maggior supporto nell'ambito dell'organizzazione e dell'esperienza (80% delle risposte ricevute). Un restante 20% invece desidererebbe concentrarsi maggiormente concentrarsi e sviluppare la dimensione del prodotto/servizio. (Fig. Nr 4)

Secondo te in quale di questi 3 ambiti la tua azienda necessiterebbe di maggior supporto o è più carente?

10 risposte

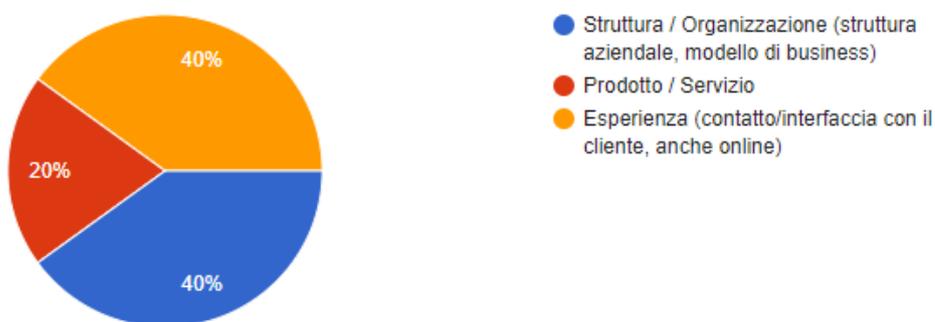


Figura Nr. 4- Risposte ricevute alla domanda nr 1

Per quanto riguarda la dimensione della struttura aziendale dalle risposte ricevute si evidenzia una netta prevalenza da parte delle aziende nel voler apprendere:

- come lavorare in partnership con altri operatori (convenzioni, intermediari comuni)
- le strategie di marketing aziendale (studio del mercato, clienti-target, competitors)

Solo una piccola parte di operatori invece desidererebbero apprendere di più sulla progettazione strategica (business plan) o sull'utilizzo di nuove tecnologie e software (Fig. Nr 5)

# I BISOGNI RILEVATI



Pensando alla tua ORGANIZZAZIONE AZIENDALE - Quali tra le seguenti tematiche avresti piacere di approfondire?

10 risposte

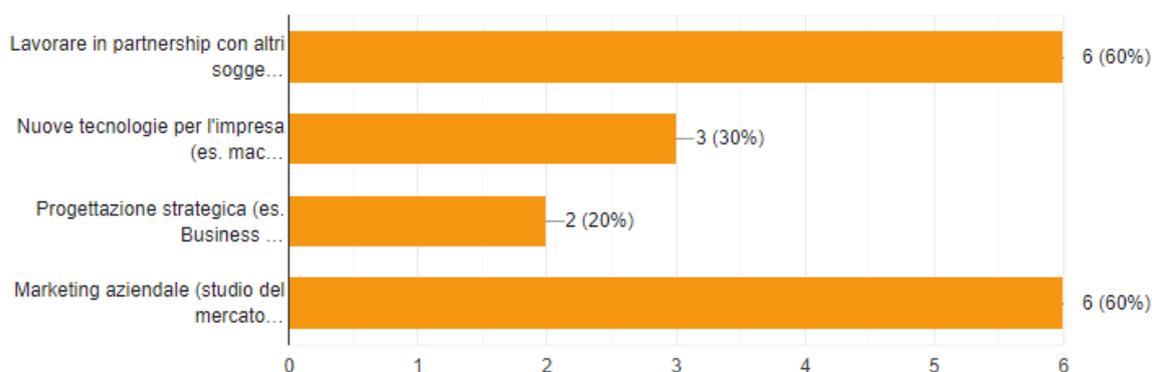


Figura Nr. 5- Risposte ricevute alla domanda nr 2

Passando invece all'ambito dell'offerta del prodotto o servizio, il 50% delle risposte si concentra sulla tematica della sostenibilità ambientale (uno dei maggiori fabbisogni rilevati anche dalla RRN), per poi dare prevalenza alla qualificazione e diversificazione del prodotto (creazione di offerte integrate) come si può notare dalla Fig. Nr 6.

Pensando al tuo PRODOTTO/SERVIZIO - Quali tra le seguenti tematiche avresti piacere di approfondire?

10 risposte

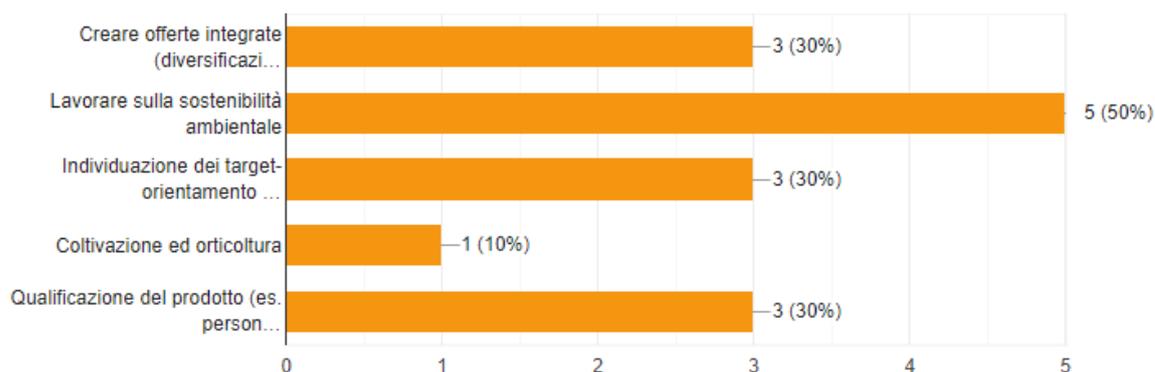


Figura Nr. 6- Risposte ricevute alla domanda nr 3

# I BISOGNI RILEVATI



Per quanto riguarda infine la dimensione dell'esperienza, analizzando le risposte ricevute si evidenzia una chiara predisposizione verso l'approfondimento della comunicazione online e dell'orientamento verso il cliente (Fig Nr 7).

Pensando alla dimensione dell'ESPERIENZA (contatto con il cliente) - Quali tra le seguenti tematiche avresti piacere di approfondire?

10 risposte

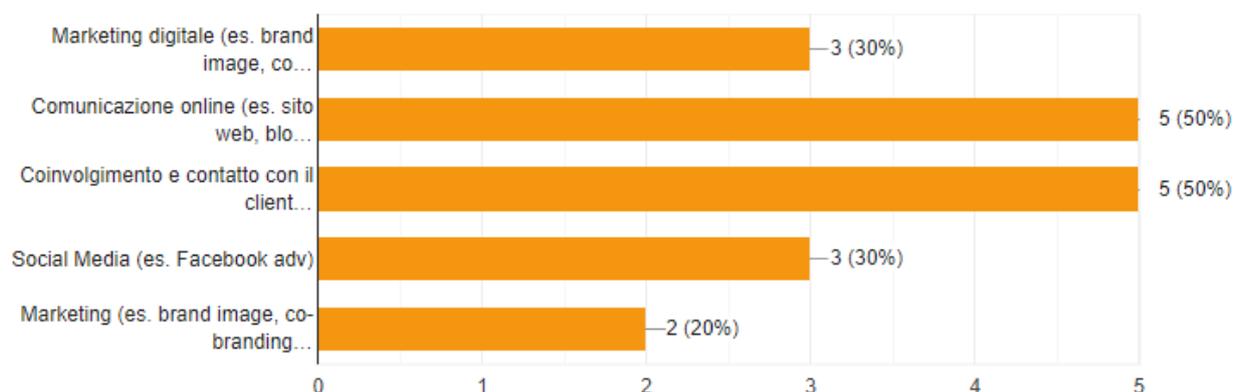


Figura Nr. 7- Risposte ricevute alla domanda nr 4

L'ultimo quesito sottoposto alle imprese è stato lasciato volontariamente aperto, con lo scopo di intercettare eventuali ulteriori bisogni formativi non considerati in precedenza.

I bisogni formativi segnalati dagli operatori sono stati i seguenti:

- Chimica degli alimenti, agronomia, integrazione scuola lavoro
- Miglioramento del marketing attraverso social e varie pubblicità
- Marketing e business models
- Turismo sostenibile
- Raggiungere i clienti più adatti per la mia attività e la strategia migliore per vendere il mio prodotto

# I BISOGNI RILEVATI



Per riassumere, i principali ambiti tematici in cui si collocano i più citati fabbisogni formativi individuati grazie all'analisi di tutte le fonti indagate ed interpellate (Rete Rurale Nazionale, interviste con le imprese e con gli operatori e con le associazioni di categoria, risultati del questionario sottoposto alle aziende) sono i seguenti:

## ORGANIZZAZIONE / STRUTTURA

- Marketing Aziendale
- Lavorare in Partnership con altri soggetti
- Nuove tecnologie per l'impresa
- Progettazione strategica
- Alfabetizzazione informatica

## PRODOTTO / SERVIZIO

- Qualificazione del prodotto
- Branding
- Sostenibilità e lotta integrata
- Coltivazione ed orticoltura
- Conoscenze tecnico-agronomiche
- Creazione di offerte integrate
- Tecniche di lavorazione del prodotto (Caseificazione, Norcino, Apicoltura, Zootecnia)

## ESPERIENZA

- Digital Marketing
- Web Communication
- Accoglienza, contatto con il cliente
- Orientamento alla clientela
- Social Media



# L'OFFERTA FORMATIVA



I principali enti che forniscono servizi formativi che potrebbero essere di interesse e d'aiuto alle imprese coinvolte nel progetto Join (e per tutte le aziende che operano nel contesto rurale della Valle Seriana e dei Laghi Bergamaschi) contribuendo efficacemente all'obiettivo di colmare le mancanze formative riscontrate dall'analisi e di stimolare l'innovazione di queste imprese che sono stati identificati sul territorio sono i seguenti:

- ABF - Azienda Bergamasca Formazione
- UNIMONT - Università della Montagna
- UNIBG - Università degli studi di Bergamo
- VAL.TE.MO - Associazione per la Valorizzazione del Territorio Montano
- BERGAMO SVILUPPO - Azienda speciale della Camera di Commercio
- CONFINDUSTRIA BERGAMO - Gruppo Giovani imprenditori Confindustria Bergamo
- RRN - Rete Rurale Nazionale e canali ad essa interconnessi (Innovarurale, Ismea)



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI BERGAMO



Bergamo Sviluppo  
Azienda Speciale della Camera di Commercio



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI MILANO



AZIENDA BERGAMASCA FORMAZIONE

RETERURALE  
NAZIONALE  
20142020



# L'OFFERTA FORMATIVA



Alcuni dei corsi formativi, seminari, workshop o webinar individuati sul territorio di competenza del GAL (alcuni di essi attualmente attivi, altri già conclusi ma che auspicabilmente si potranno riattivare in futuro), che riportiamo di seguito a titolo esemplificativo, sono i seguenti:

## **UNIMONT**

- Filiera Apistica: qualità e sicurezza a tutela di miele e prodotti derivati
- Le aziende agricole multifunzionali di montagna e le buone pratiche che devono adottare per essere competitive sul mercato
- Agricoltura e turismo sostenibili: un'opportunità per i territori montani
- Le cultivar locali tradizionali lombarde: strumenti e conoscenze e per la conservazione e lo sviluppo di nuove filiere
- Introduzione all'agricoltura biodinamica
- Potenzialità e problematiche del rilancio di cultivar locali tradizionali di montagna: esperienze a confronto
- Prospettive e problematiche nel recupero dei mais tradizionali locali
- Meccanizzazione appropriata per l'agricoltura contadina familiare di montagna: criticità, esigenze e possibili soluzioni

## **ABF**

- Operatore delle lavorazioni casearie
- Operatore agricolo e allevamento animali
- Orientatore della clientela
- Business Online

# L'OFFERTA FORMATIVA



## VAL.TE.MO

- Corso di apicoltura pratica e degustazione guidata del miele
- Corso di degustazione vini
- Potatura del vigneto
- Riconoscere le piante spontanee di montagna
- Marketing immersivo
- Degustazione formaggi
- Gestione del vigneto
- Gestione del frutteto
- Zafferano
- Produzione liquori artigianali di montagna
- Introduzione alla birra artigianale



## BERGAMO SVILUPPO

- Personal Branding
- Strategie di pricing: come definire il giusto prezzo dei tuoi prodotti o servizi
- Come creare contenuti efficaci per il web
- Tecniche di vendita
- Contabilità base
- Analisi e problematiche di bilancio
- Marketing strategico
- Tecniche di base di comunicazione
- Nuovi strumenti e processi per costruire strategie digitali efficaci

# I PROSSIMI PASSI



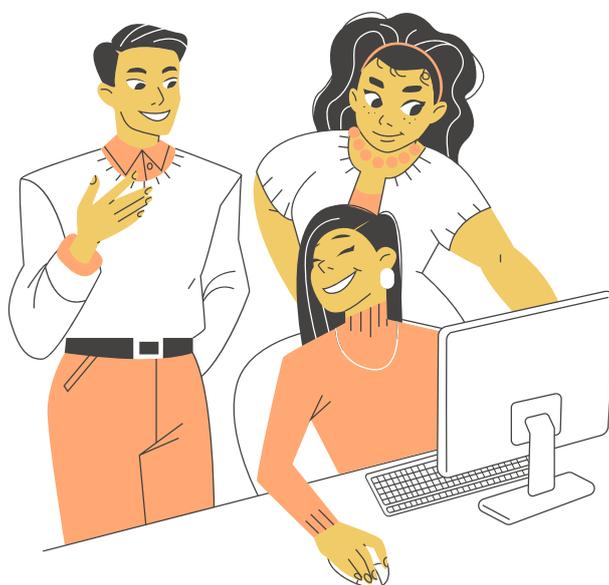
---

Dopo aver individuato e mappato le imprese innovative presenti sul territorio del Gal Valle Seriana e dei laghi Bergamaschi e dopo aver analizzato i bisogni formativi di queste imprese così come l'offerta formativa attualmente a disposizione, il progetto prevede, come step successivi, la realizzazione di un Punto Streaming, l'organizzazione di alcune giornate formative/laboratoriali e l'organizzazione di un Hackathon.

## IL PUNTO STREAMING

Sarà uno strumento di Networking pensato per fare rete, scambiare idee e diffondere contenuti scientifici e divulgativi a sostegno del territorio con particolare attenzione all'agricoltura e a tutte le attività ad essa interconnesse.

Questo strumento consentirà quindi la trasmissione e divulgazione di contenuti riguardanti il mondo rurale per scambiare e condividere saperi e buone pratiche e stimolare così l'innovazione e l'occupazione sul nostro territorio. Particolare focus verrà dato alle risorse scientifiche e divulgative che meglio corrisponderanno gli argomenti di maggior interesse degli operatori locali ed alle principali tematiche emerse a seguito dell'analisi dei fabbisogni formativi.



# I PROSSIMI PASSI



---

## I LABORATORI

Parallelamente allo sviluppo del punto streaming verranno organizzati degli eventi (giornate di formazione e di approfondimento) su alcune tematiche di interesse degli operatori rurali suddivise in base alle principali filiere del territorio:

- Filiera Cerealicola
- Filiera Casearia
- Filiera Olivicola
- Filiera Bosco-Legno-Energia

Questi incontri verranno realizzati in modalità laboratoriale, per favorire un alto coinvolgimento dei partecipanti e incoraggiare lo scambio di pratiche innovative, la conoscenza di nuovi applicativi/software e modalità gestionali, stimolando un approccio di sistema delle imprese e migliorando di conseguenza l'attrattività del territorio.



# I PROSSIMI PASSI



## L'HACKATHON

Si tratta di un evento-esperienza rivolto ai giovani di progettazione partecipata sullo sviluppo e la valorizzazione delle imprese rurali. L'obiettivo è quello di formare e sensibilizzare giovani, startup, neo-imprese, cooperative, associazioni di volontariato e altri soggetti dei vari territori per promuovere idee imprenditoriali che coniughino innovazione e tradizione e sviluppo sostenibile.

L'hackathon, preceduto da una serie di incontri di preparazione strettamente legati ai temi emersi durante i focus group, consiste in una giornata di confronto e progettazione partecipata dove le idee nate nel corso degli incontri precedenti e nuovi spunti entreranno in competizione e verranno strutturate. L'evento consentirà ai partecipanti di definire le proprie idee imprenditoriali e presentarle davanti a un gruppo di esperti.





*“Vi sono due tipi di Aziende:  
quelle che cambiano e quelle che scompaiono”  
- Philip Kotler*