

<b>plenaria</b>	<b>COMPETITIVITÀ, INNOVAZIONE, FORMAZIONE</b>
	giovedì 19/04/2018, Sala Casteller, loc. San Rocco
coordina	Giovanna Siviero, Massimo Pasqualini
esperti	Luca Cesaro, Umberto Martini, Michele Pontalti
sintesi	Sara Carneri, Daniela Gaviani

In apertura il dott. Dagostin ringrazia per la partecipazione numerosa e per l'apporto di tutti nei tavoli tematici. L'incontro in plenaria ha l'obiettivo di tirare le fila e arrivare a una condivisione dei temi su cui i decisori politici dovranno porre attenzione: sono temi su cui le associazioni e le organizzazioni del settore hanno discusso e ne hanno riconosciuto la valenza strategica per l'agricoltura di domani. Questo incontro è dedicato a tre temi discussi nei tavoli - **competitività, innovazione, formazione** - rispetto ai quali trovare una condivisione. Il prossimo incontro sarà dedicato ad approfondire altri tre temi: gestione delle politiche pubbliche; valorizzazione dei territorio; sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

Nell'introdurre l'incontro Giovanna Siviero presenta il materiale messo a disposizione e, in particolare, lo schema di sintesi di quanto emerso nei tavoli tematici. Il tentativo dello schema è stato quello di raccogliere ciò che è emerso nei tre tavoli tematici, tra gennaio e marzo 2018. L'idea dello schema è di proporre una sintesi, verificare la condivisione sui temi e aggiungere eventuali altri spunti. La plenaria prevede una breve presentazione del lavoro dei tavoli tematici, in modo che tutti abbiano un quadro completo del lavoro complessivo; a seguire il prof. Martini e il dott. Pontalti introdurranno i tre temi di cui parliamo oggi: competitività, innovazione, formazione.

## **SINTESI DEI TAVOLI TEMATICI E INTRODUZIONE AI TEMI**

### **1. SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE, Luca Cesaro**

Nei quattro incontri sono state affrontate di volta in volta quattro macro tematiche che hanno tenuto conto delle proposte fatte inizialmente, prima dell'avvio dei lavori. Le quattro tematiche sono state:

- acqua
- agricoltura di montagna
- biologico, integrato, uso di fitofarmaci
- misure e azioni di carattere sociale e politiche integrate

Nella discussione del tavolo sono emersi molti spunti e questioni molto interessanti. In alcuni casi si può evidenziare una sovrapposizione con il lavoro degli altri tavoli: ad esempio, il tema della formazione è uscito in modo importante in tutti e tre i tavoli tematici. Nell'incontro dedicato al tema dell'acqua abbiamo parlato soprattutto della disponibilità di risorse idriche e dell'efficientamento nell'uso dell'acqua, con delle proposte abbastanza operative e pratiche per aumentare l'offerta di acqua per usi agricoli ed efficientare ulteriormente, per quanto possibile, l'uso della risorsa idrica. Nel secondo incontro si è parlato, in particolare, di zootecnica di montagna - alpeggi, prati, aziende zootecniche - con approfondimenti sul numero di capi, sulla dimensione ottimale delle aziende (combinando la dimensione economica e quella ambientale), sui reflui zootecnici. Il terzo incontro è stato dedicato soprattutto, ma non solo, al biologico, all'integrato e al rapporto tra agricoltura biologica e integrata; alle modalità di sviluppo dell'agricoltura biologica e ad alcune questioni di contrapposizione tra il biologico e l'integrato e delle

intersezioni più o meno critiche che si sono tra biologico e integrato; alla deriva dei fitofarmaci; all'opportunità di ipotizzare dei piccoli distretti biologici che non abbiano intersezioni con l'integrato. Nell'ultimo incontro la discussione ha riguardato le politiche integrate, comprese le politiche delle aree interne (che si basano sul fondo agricolo, il fondo di sviluppo regionale, il fondo sociale), oltre alla questione del ricambio generazionale in agricoltura, ragionando anche su com'è impostata attualmente la misura di primo insediamento che, eventualmente, potrebbe essere migliorata.

Molti temi si intersecano con gli approfondimenti fatti negli altri tavoli, quindi la plenaria è l'occasione per affrontare i temi che sono stati toccati da più tavoli in modo coordinato dal punto di vista ambientale, dell'innovazione e del turismo.

## **2. INNOVAZIONE, Michele Pontalti**

Il tavolo che ha trattato questo argomento aveva come titolo "conoscenza e innovazione" e gli argomenti che si sono sviluppati sono stati affrontati da diversi punti di vista. Ci sono state quattro riunioni e una sintesi finale che è stata condivisa dai partecipanti.

Il lavoro del tavolo è partito da una visione strategica che si vorrebbe avere per il Trentino, argomentata su alcuni punti principali, approfonditi poi in tre sessioni. Uno dei punti in questione è quello del pacchetto tecnologico, inteso come l'insieme delle tecnologie oggi impiegabili in un determinato settore; un pacchetto che deve probabilmente essere adattato. Ci rendiamo conto che l'agricoltura fronteggia temi di natura sociale e quindi ha a che fare con delle attenzioni che si traducono, da un lato, in domanda di beni, dall'altro, in aspettative che investono il mondo agroforestale e si traducono nella richiesta di comportamenti. Questo impatto è piuttosto importante perché influenza e ha un'azione indiretta sul modo di fare agricoltura. Ricerca e innovazione sono state individuate come strumento che può aiutare a individuare possibili soluzioni, pur avendo una loro libertà speculativa. Si è riflettuto sul fatto che 'ricerca e innovazione' devono, in modo intelligente, essere legate al mondo delle imprese e farsi interpreti delle esigenze delle imprese. Il trasferimento della conoscenza è un aspetto importante che rientra in questo ambito di discussione perché non basta soltanto produrre un nuovo pensiero o una nuova tecnologia, bisogna anche avere la capacità di trasferire quelle tecnologie che sono mature e pronte all'impiego. E questo trasferimento porta con sé tutta una serie di problemi che mettono anche in evidenza la necessità della formazione. Si è poi approfondito il fatto che il sistema agroforestale è intimamente legato al mondo del turismo e di come quest'ultimo impatti sull'agricoltura e viceversa. Tra i due settori c'è una reciprocità che non sempre è dichiarata ma su cui merita fare un approfondimento strategico, perché agricoltura e turismo costituiscono un sistema complesso sul quale il Trentino potrebbe giocare nuove politiche anche in termini di promozione e di vendita. Questo porta ad evidenziare la complessità del sistema non solo in termini economici ma anche produttivi. Nelle discussioni è emersa anche la riflessione sul fatto che disponiamo di molti dati e informazioni ma non sempre c'è la cultura adeguata per trattare i dati in modo strategico. Abbiamo quindi delle tecnologie che ci consentono di trattare molti dati in tempi brevi ma talvolta manca la capacità di analisi adeguata. Rispetto al tema dell'innovazione, su cui sono stati fatti degli approfondimenti, due sono i punti chiave: innovare perché e innovare come. abbiamo qualificato l'innovazione come la capacità di cambiamento e di adattamento: si introduce qualcosa di nuovo nel processo perché si ha la percezione che questo ci possa consentire di reagire meglio a degli stimoli. Gli stimoli, esogeni al sistema, vengono dalla società civile che chiede di produrre in un certo modo. Adattarsi a questi stimoli significa anche cercare di mantenersi in equilibrio con un sistema dinamico. La dinamicità non deve far dimenticare che il Trentino ha fatto notevoli passaggi negli ultimi vent'anni; stiamo parlando di cose fatte, e dovremmo prendere consapevolezza che queste cose ci sono e vanno, al più, migliorate e attualizzate. Quindi, innovare perché? Per cambiare. Innovare come? Qualcuno ha detto, con una definizione che è stata ripresa nel

gruppo, 'innovare con gli occhi della montagna' e da qui nasce la consapevolezza che il nostro sistema agroforestale è inserito in un contesto montano che, se una volta era visto per gli aspetti negativi (basti pensare alle politiche messe in campo per avere degli aiuti), oggi viene visto anche come un'opportunità. Il richiamo alla montagna sta diventando strategico anche perché la montagna richiama, anche nell'idea dei consumatori e dei turisti, un ambiente più salubre, in cui godere di quei beni intangibili che sono richiesti. L'innovazione dev'essere il risultato di una concertazione strategica sia con il mondo della ricerca che con quello delle imprese, e deve riguardare anche il piano organizzativo. Per lavorare in questa direzione è necessario fare formazione, tenendo conto anche delle esigenze delle imprese. La domanda di formazione non può limitarsi a dire 'serve più tecnica' o 'risolvete quel problema' ma è una domanda di formazione alta, che deve accompagnare gli imprenditori a comprendere anche il contesto.

### **3. COMPETITIVITÀ, Umberto Martini**

Il tavolo aveva come tema proprio la competitività. Abbiamo dedicato la prima riunione a discutere la competitività in quanto tale. Competitività intesa come capacità di stare sul mercato, un mercato sempre più difficile e complesso che richiede una serie di attenzioni e di capacità particolari, nella logica della costruzione di un rapporto durevole con il mercato. Abbiamo usato un metodo di analisi per ragionare sui punti di forza, di debolezza, sulle minacce e le opportunità per cogliere quali siano i cambiamenti percepiti come minacci e quali possono dischiudere delle opportunità per le imprese e le organizzazioni agricole del Trentino. In particolare, abbiamo lavorato molto sull'idea di confronto con quello che succede al di fuori delle imprese in quanto tali, partendo dall'ipotesi che la competitività di qualsiasi organizzazione dipende certamente da se stessa ma, prima di tutto, dipende dalle condizioni di contorno. Esistono dei cambiamenti di mercato, a volte, nelle logiche di consumo, distributive, nelle grandi tendenze che stanno a monte dei processi di consumo, che richiedono dei cambiamenti. Ne è uscita una mappa interessante da cui sono derivate alcune delle considerazioni che seguiranno.

Il secondo incontro è stato dedicato al tema del territorio e della territorialità; ci siamo chiesti se ritenessimo, o meno, opportuno e vantaggioso sottolineare la provenienza territoriale dei prodotti provenienti dal Trentino. Quindi ci siamo chiesti se la provenienza dal Trentino potesse rappresentare un elemento distintivo e caratterizzante, capace di aiutare la competitività. Abbiamo cercato di capire se questo è un elemento condiviso oppure no e, soprattutto, quale potrebbe essere il percorso da svolgere nei prossimi mesi e nei prossimi anni per dare concretezza a questo tipo di indicazione.

La terza giornata è stata dedicata al tema della green economy, prendendo come riferimento questa nuova sensibilità evidenziata da moltissime ricerche a livello internazionale e nazionale - si pensi agli stati generali della green economy - e abbiamo ragionato sulle opportunità e sugli ostacoli di un passaggio a modalità che tengono conto dei temi dell'ecologia e del biologico che si possono etichettare come green ma che devono diventare a loro volta come elementi di significato per il consumatore. Abbiamo poi discusso dell'apertura al settore turistico, immaginando una promozione turistica più attenta a una dimensione ecologica e ambientale potrebbe trovare nel sistema agricolo un alleato di primaria importanza.

L'ultimo incontro è stato dedicato al rapporto con il mercato. Abbiamo quindi discusso delle modalità attraverso le quali potenziare la fase commerciale dei prodotti, identificando alcuni importanti canali di distribuzione e verificando le modalità di interazione possibili con dei mondi che hanno le proprie regole. In particolare, abbiamo indagato il rapporto con la grande distribuzione e con il segmento dell'hôtellerie, dei ristoranti e del catering che possono rappresentare uno sbocco importante.

Da qui abbiamo identificato una serie di priorità che, in parte, si trovano anche nella scheda finale ma più in dettaglio sono sintetizzate nel testo, relativo alla competitività, che avete a disposizione. Le cinque priorità indicate riguardano l'opportunità di:

- rafforzare la visione di sistema e la gestione integrata e delle politiche agricole e del territorio nel suo insieme;
- valorizzare il legame con il territorio e alimentare la vocazione dei prodotti e delle produzioni
- enfatizzare il legame con la montagna, la salubrità del territorio, il paesaggio
- rafforzare il legame con il comparto del turismo
- rafforzare le politiche commerciali anche in collaborazione con la grande distribuzione, a partire da quella locale
- fare formazione a tutti i livelli nelle aziende agricole per sostenere i processi di cambiamento e di innovazione (affiancare a delle competenze di natura produttiva, delle buone competenze di natura commerciale e comunicative)

## **OSSERVAZIONI E DISCUSSIONE**

Di seguito una sintesi degli interventi in plenaria.

- tra le azioni a sostegno della competitività è richiamato il lavoro fatto negli anni scorsi; significa che abbiamo un territorio sufficientemente infrastrutturato e pronto a garantire con le proprie risorse la competitività delle aziende. È così?
- sulla competitività, in relazione al territorio, alla commercializzazione, alla collaborazione con il turismo vediamo i risultati di quello che si è fatto in questi anni. La difficoltà maggiore, visti i tentativi fatti, per portare avanti la valorizzazione del territorio e dei prodotti agricoli, è che certe volte le politiche hanno creato anche qualche insoddisfazione. Inoltre, in Trentino, tante volte ci troviamo a non essere competitivi a livello di costi rispetto alle altre regioni perché qui abbiamo un sistema di regole che ci penalizza; i costi annullano la competitività creata attraverso il territorio, i prodotti e la qualità. Dobbiamo trovare un modo per limare questa problematicità
- sul tema della competitività, in particolare, serve più coraggio nell'analisi. Dobbiamo sottolineare con più convinzione, al mondo agricolo, la necessità di fare massa critica tra di noi allargando il Trentino senza perdere pezzi (con riferimento al mondo della cooperazione). Sulla conoscenza, la seconda cosa da promuovere è la conoscenza del mondo esterno sull'agricoltura: sono note le esternalità negative, non tanto quelle positive. Andrebbe fatto, con convinzione, un esercizio di comunicazione su tutte le esternalità positive che l'agricoltura produce
- rispetto alla competitività le priorità emerse sono tutte condivisibili, soprattutto il legame con la montagna e il territorio e la necessità di rafforzare i legami con la GDO. Questo significa incrementare la comunicazione, ma serve coerenza tra quello che si fa e quello che si comunica. Teniamo conto che più del 50% dei nostri ospiti è straniero; dobbiamo vendere i nostri prodotti all'estero e intercettare il turismo verso le mete culturali (Verona, Venezia, etc.)
- è importante andare alla ricerca degli elementi che possono costituire innovazione rispetto a quello che è stato fatto finora. Probabilmente ci sono alcune parole chiave che possono rappresentare questo aspetto di innovazione. Nell'intervento introduttivo si è fatto riferimento agli "occhi della montagna": è utile inserire delle parole chiave come questa per poter dare la proiezione verso il futuro. Potrebbe essere utile dare un ordine di priorità, indicando per esempio "competitività è 1-2-3-4-5 elementi", in modo

da indicare qual è l'aspetto più importante. Se dovessimo esprimere competitività o innovazione con un tweet?

- nella scheda c'è una frase sul promuovere la cultura del dato. Si potrebbe aggiungere che, oltre all'importanza dell'integrare i dati e fare in modo che diventino degli strumenti che permettono di anticipare il cambiamento, è importante capire se le persone a cui vengono rivolte queste informazioni abbiano la capacità di usarli nel futuro. La conoscenza digitale, in generale, a volte è sorprendente, altre volte è insufficiente e problematica. Sarebbe importante includere nelle nostre raccomandazioni delle indagini per interrogare le aziende e gli imprenditori su quali siano le loro attitudini, in modo da poter disegnare le misure in modo esatto
- il Trentino negli anni ha fatto un percorso virtuoso di ricerca e sperimentazione, soprattutto negli ultimi 20 anni, nella riduzione dell'impatto dell'agricoltura. La strada non è finita, dobbiamo continuare ad andare avanti e innovare. Due parole sono emerse: sinergia e rete. Dobbiamo focalizzarci su questi due temi perché su questi siamo carenti. In Trentino il turismo è rappresentato da un assessorato unico, da quasi tre legislature, però non ha mai visto un reale coinvolgimento delle parti. È una grave mancanza sia della politica che delle organizzazioni che non hanno stimolato l'incontro: non c'è stato alcun incontro tra agricoltori e albergatori, nessun progetto in comune. C'è molto da lavorare anche nel mondo della cooperazione: facciamo fatica a dimenticare i campanili. Le nostre montagne sono una ricchezza ma anche un confine, mentre il mondo all'esterno si sta muovendo a una velocità rapidissima
- dovremmo in qualche modo, dato che le analisi evidenziano le contraddizioni, enfatizzare le buone pratiche che sono numerosissime: le buone pratiche devono essere la base per il miglioramento dell'agricoltura. Sulle buone pratiche vanno concentrate le misure di miglioramento
- osserviamo una crescente difficoltà nel mantenere un rapporto di dialogo con la vasta base sociale. È difficile motivare i produttori a seguire determinate strade - sostenibilità, investimenti sull'ambiente, investimenti in ricerca e innovazione, tecnologia - che sono la base della competitività. Questo è un punto su cui concentrare riflessioni e forze. Fatto questo, diventa più facile generare nuovi aspetti di competitività. Serve formazione per avere una classe più preparata ad affrontare le sfide future. Dobbiamo anche stare attenti a non "bastonarci", il Trentino è organizzato, sa mitigare i rischi ed affermarsi in situazioni di mercato complesse. Informazione, partecipazione, conoscenza, organizzazione sono i punti da cui partire
- sulla formazione, non dobbiamo pensare in termini di corsi rivolti agli agricoltori, ma come un approccio culturale indirizzato a tutto il territorio trentino che necessita di un upgrade culturale per aprirsi al mondo. Vanno trovate modalità di formazione culturalmente adeguate ai nostri tempi
- sul tema della formazione, va tenuto conto che gli agricoltori nella fascia 50/60 anni hanno difficoltà a seguire i cambiamenti proposti. Sappiamo che per andare avanti in agricoltura serve sostenibilità economica, pertanto dobbiamo affidarci a buone pratiche. Una di queste buone pratiche, nella quale il Trentino è a buon livello, è la gestione del rischio, i cambiamenti climatici e le calamità naturali
- in tutti i tavoli è stata sottolineata l'importanza della formazione; va tenuto conto del fatto che una larga fetta del mondo agricolo è fatto di produttori non professionali, spesso part time. Andare ad intercettare quel mondo produttivo è molto difficile. Servono messaggi chiari. Chi svolge l'attività in maniera professionale è già formato e abituato a confrontarsi con il mondo interno; per gli altri servono input diretti

## **IN CHIUSURA**

In chiusura Michele Pontalti ha ricordato come la base produttiva fa fatica a seguire i cambiamenti ma ha goduto negli anni di un sistema cooperativo molto importante che ha dato supporto e ha indirizzato. È vero che le aziende piccole non attirano i giovani. Questi problemi sono effetti collaterali negativi di un processo che nel suo insieme è stato positivo. Sulla formazione, va fatta con analisi attenta dei bisogni però anche il sistema delle imprese deve fare una riflessione. La penetrazione del mercato pur essendo buona, in alcuni settori non riesce bene.

Umberto Martini sottolinea alcuni risultati importanti del percorso partecipativo: aver trovato alcuni punti condivisi; consegnare una visione condivisa comune. Per quanto riguarda le competenze: probabilmente questo sistema di infrastruttura ha dato contributo di marketing ma anche scientifico e organizzativo in una fase del mercato in cui questo era sufficiente. Ora queste competenze non sono più sufficienti a colmare le deficienze dell'agricoltura a part time. Non si tratta più di competenze basilari ma dobbiamo alzare molto il livello. Teniamo conto che la maggior parte delle decisioni di consumo e di acquisto passano da canali social media.

Il dott. Masè, in chiusura, sottolinea come il tema della competitività sia centrale. I valori che ruotano intorno a territorio, società, economia vanno messi in evidenza, se si vuole che le aziende restino sul mercato. È opportuno provare a fare un ragionamento in prospettiva, in linea con una duplice esigenza che è di avere:

- un testo smart, di comunicazione interna al settore ed esterna (sintesi di facile comunicazione per diffondere una serie di cose, per noi scontate, per l'opinione pubblica trentina no); comunicazione semplice, basata anche su immagine; documento che ha fini formativi/educativi
- un piano operativo, che sia lasciato in eredità alla prossima legislatura, con scadenze, tempi risorse (da tradurre in azioni, etc.)