



Farm inc. // **Introducing marketing principles in the agricultural sector**

## Comunicato Stampa

Agosto 2015

### **La fase pilota del progetto ha confermato il successo e l'importanza della piattaforma online Farm Inc.**

Tavole rotonde e giornate informative sono previste in tutta Europa

Ampio consenso e notevole entusiasmo è stato riscosso dalla piattaforma (disponibile gratuitamente online) che riguarda il marketing, il branding e l'internazionalizzazione dei prodotti agricoli. Tale piattaforma è stata realizzata all'interno di un progetto cofinanziato dall'Unione Europea denominato Farm Inc. La fase pilota è stata svolta in tre dei cinque Stati Comunitari partner del progetto: la Grecia, l'Italia e la Lettonia, riscuotendo un incredibile successo. Oltre 304 stakeholders (agricoltori, associazioni di categoria, imprenditori agricoli, esperti nell'ambito della formazione, istituzioni, etc.) hanno preso parte alle 21 sessioni pilota, evidenziando l'importanza e l'utilità della piattaforma. 191 di questi hanno fornito anche preziosi suggerimenti per migliorarne l'interattività. Il coinvolgimento attivo dei partecipanti, anche nelle stagioni di semina e di raccolta e in difficili condizioni socioeconomiche, dimostra il valore ed il potenziale che tale strumento può avere nel prossimo futuro.

La piattaforma è in fase di finalizzazione, alla luce dei suggerimenti raccolti durante le sessioni di piloting e verrà presentata ufficialmente nel mese di settembre tramite una serie di tavole rotonde e giornate informative che avranno luogo sul territorio europeo e in particolare in Belgio, Grecia, Italia e Lettonia. Il primo evento sarà organizzato il 10 Settembre 2015 a Bruxelles da uno dei partner del progetto, Copa-Cogeca, che rappresenta la principale associazione di agricoltori e cooperative agricole a livello Europeo.

Il progetto Farm Inc. e la piattaforma saranno presentati il 27 settembre 2015 all'esposizione mondiale Expo Milano 2015, con la collaborazione del Ministero dell'Istruzione Italiano alla presenza dei rappresentanti nazionali dei Paesi direttamente coinvolti nel progetto e la partecipazione dei principali rappresentanti degli agricoltori europei.

#### **Alcuni risultati dalle sessioni pilota**

La maggioranza (**51,3%**) dei partecipanti era direttamente o indirettamente coinvolto in attività agricole, il **29,3%** erano formatori, studenti e ricercatori, il **10,5%** esperti di marketing, comunicazione e agronomi, mentre l'**8,9%** comprendeva consulenti e giornalisti del settore agroalimentare, istituzioni locali, imprenditori interessati al settore agricolo, export manager. La maggioranza dei partecipanti era rappresentata da persone con **oltre 10 anni di esperienza** nel settore agricolo (**42,8%**), ma la partecipazione di persone con background diversi o che operano in altri settori aumenta ulteriormente la credibilità dei risultati ottenuti. Tutti i partecipanti hanno dimostrato grande entusiasmo per il materiale, con un **46%** che ha dato una valutazione eccellente e un **47%** molto buona mentre il **100%** ha dichiarato che consiglierebbe questo corso ad altre persone e agricoltori. La piattaforma è stata definita "user-friendly", interessante, facile da navigare e piacevole da utilizzare, confermando l'interesse per un approccio combinato tra teoria ed esempi pratici, casi di studio e video che possa in questo modo incrementare l'interesse e la facilità di apprendimento.



L'importanza del **branding** non è stata sempre colta o accettata dagli agricoltori tradizionali, sebbene abbiano dichiarato di essere disponibili ad applicare i principi del branding nella loro attività. Parallelamente, benché **l'esportazione e il mercato estero** non sembrano essere una priorità per molti dei partecipanti, la maggior parte di loro ha espresso l'interesse a sapere di più sull'internazionalizzazione, trovando questo materiale una utile guida da usare come riferimento in un eventuale futuro mentre **l'89,1%** ha dichiarato di essere disposto ad applicare nella propria azienda le strategie di esportazione e gli strumenti relativi suggeriti.



Uno dei momenti della sessione pilota tenutasi presso l'Azienda Agrituristica Marchelife a Fermo (<http://www.marchelife.it/>)

### Qualche parola sul progetto Farm Inc.

Il progetto europeo **Farm Inc.** è volto a supportare piccoli agricoltori e imprenditori agricoli nella vendita dei loro prodotti. Esiste un grande potenziale per i prodotti regionali e locali sul mercato, ma è stato osservato che esiste una mancanza di conoscenza di strategie di marketing da parte degli agricoltori europei che non li rende capaci di competere con i network internazionali e le strategie di vendita delle grandi aziende multinazionali. Sulla base di un precedente progetto realizzato in Lettonia, un'analisi dei bisogni, la ricerca e una fase pilota, il progetto Farm Inc. vuole realizzare uno strumento di formazione e di aggiornamento specializzato (una piattaforma online), creato su misura per rispondere alle necessità degli agricoltori dei quattro Paesi coinvolti: **Belgio, Grecia, Italia e Lettonia**. Il materiale è articolato in **6 Moduli** (Cos'è il Marketing, Il piano di Marketing, I mercati dei produttori, La qualità, Il marchio territoriale, Il mercato estero) che hanno come focus il marketing, il branding e l'internazionalizzazione dei prodotti agricoli, realizzato in **5 lingue** (inglese, francese, greco, italiano, lettone). Scopri di più su <http://www.farminc.eu>



*Membri del Consorzio Farm Inc.*



**unimc**  
UNIVERSITY OF MACERATA



**militos**

**INIPA**  
formazione  
sviluppo

**copa**\***cogeca**  
european farmers    european agri-cooperatives



HELLENIC AMERICAN UNION  
An educational public charity

**Zemnieku  
Saeima**

