COLDIRETTI

INNOVAZIONE IN AGRICOLTURA

Verso il modello Akis

Analisi dei fabbisogni del tessuto produttivo agricolo ed agroalimentare italiano

INNOVAZIONE IN AGRICOLTURA

Verso il modello Akis

Analisi dei fabbisogni del tessuto produttivo agricolo ed agroalimentare italiano

COLDIRETTI

INDICE

Introduzione - Il Modello Akis..... 5

(*Agricultural Knowledge and Innovation Systems)*..... 5

Da dove partiamo? Lo stato dell'arte sul PEI e sulla Consulenza Aziendale 6

ANALISI DI CONTESTO: I FABBISOGNI DELLE AZIENDE AGRICOLE ITALIANE PER LE SINGOLE REGIONI E FOCUS SETTORIALI..... 8

ITALIA: Analisi fabbisogni nel contesto Nazionale..... 8

Abruzzo 16

Basilicata 18

Calabria 20

Campania 22

Emilia-Romagna 24

Friuli Venezia Giulia..... 26

Lazio 28

Liguria..... 30

Lombardia 32

Marche 34

Molise..... 36

Piemonte 38

Puglia..... 40

Sardegna..... 42

Sicilia..... 44

Toscana 46

Trentino Alto Adige 48

Umbria..... 50

Valle D'Aosta 52

Veneto..... 54

SWOT Analysis che emerge dall'Analisi dei Fabbisogni 56

SWOT Analysis Nazionale 56

Le attività di Coldiretti sul fronte Innovazione e Consulenza..... 58

Pubblicazione a cura di:
Yari Vecchio,
Stefano Leporati, Riccardo Fargione,
Giada Mastandrea.

Finanziato dal programma Imcap dell'Unione europea.

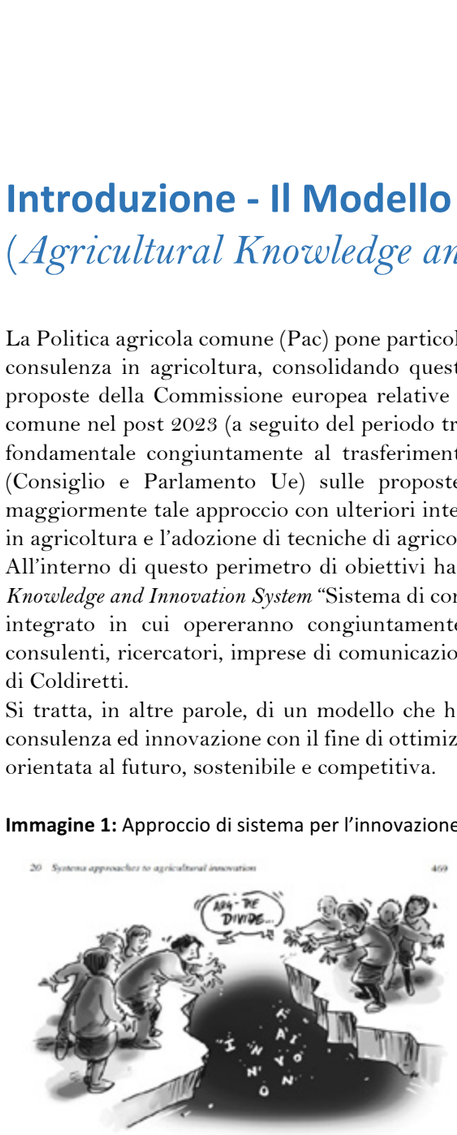
Le opinioni espresse nella presente pubblicazione sono quelle dell'autore che ne assume la responsabilità esclusiva. La Commissione non è responsabile dell'eventuale uso delle informazioni in essa contenute.

Dicembre 2020

Introduzione - Il Modello Akis
(*Agricultural Knowledge and Innovation Systems)*

La Politica agricola comune (Pac) pone particolare attenzione all'importanza dell'innovazione e dei servizi di consulenza in agricoltura, consolidando questa visione anche per i prossimi anni. Infatti, analizzando le proposte della Commissione europea relative ai nuovi testi normativi che guideranno la Politica agricola comune nel post 2023 (a seguito del periodo transitorio 2021-2022), l'innovazione rappresenta un elemento fondamentale congiuntamente al trasferimento delle conoscenze. Il negoziato tra le istituzioni europee (Consiglio e Parlamento Ue) sulle proposte della Commissione, ha inoltre valorizzato e potenziato maggiormente tale approccio con ulteriori interventi volti proprio a sostenere l'introduzione di innovazioni in agricoltura e l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione (Adp).
All'interno di questo perimetro di obiettivi ha origine il cosiddetto modello AKIS, dall'inglese *Agricultural Knowledge and Innovation System* "Sistema di conoscenza e innovazione in campo agricolo", ovvero un sistema integrato in cui opereranno congiuntamente attori chiave, quali: aziende agricole (*player* principali), consulenti, ricercatori, imprese di comunicazione, ma anche le Organizzazioni degli agricoltori con il ruolo di Coldiretti.
Si tratta, in altre parole, di un modello che ha l'obiettivo di rappresentare un catalizzatore dei sistemi di consulenza ed innovazione con il fine di ottimizzare l'attuazione della Pac per realizzare un'agricoltura *smart*, orientata al futuro, sostenibile e competitiva.

Immagine 1: Approccio di sistema per l'innovazione in agricoltura



Fonte: L. Klerkx, B. van Mierlo, C. Leeuwis

L'innovazione non è solo tecnologia, ma è piuttosto una "visione completa" di come dovrebbe essere il futuro e che richiede cambiamenti in molti ambienti. L'innovazione è guidata dai bisogni, dalle ambizioni e dai sogni delle persone e richiede che quest'ultimi, in posizioni diverse nella società, cambino il loro modo di lavorare e di vivere.[1] (L. Klerkx, B. van Mierlo, C. Leeuwis).

L'immagine, riportata sopra, sottolinea l'importanza delle relazioni e della *connessione* tra i diversi attori al fine di sostenere i fabbisogni delle aziende agricole ed agroalimentari. Alla base di questo modello si consolida l'approccio *Bottom-up* ovvero l'avvio di processi innovativi che abbiano origine dai reali fabbisogni del tessuto produttivo.

[1] Laurens Klerkx, Barbara van Mierlo, and Cees Leeuwis – "Evolution of systems approaches to agricultural innovation: concepts, analysis and interventions".

Da dove partiamo? Lo stato dell'arte sul PEI e sulla Consulenza Aziendale

Il percorso intrapreso verso il cosiddetto modello Akis si innesta all'interno di una serie di interventi e misure già definite nella Politica agricola comune 2014-2020.

In questo quadro normativo, infatti, una novità introdotta con l'avvio della programmazione 2014-2020 risulta essere il Partenariato Europeo per l'Innovazione "Produttività e sostenibilità dell'agricoltura" (PEI-AGRI) che intende promuovere un nuovo approccio interattivo e di cooperazione sul tema "innovazione".

Si tratta di un innovativo strumento previsto nell'ambito dei Programmi di sviluppo rurale che ha la finalità di gettare i ponti tra il mondo della ricerca e il tessuto produttivo. L'obiettivo è quello di giungere a soluzioni concrete che rispondano ai reali fabbisogni sollevati dalle aziende agricole e agroforestali (approccio *bottom-up*).

Lo strumento con cui si persegue tale finalità è il G**ruppo operativo per l'innovazione (GO)**, la cui costituzione rientra nell'ambito della **Sottomisura16.1** dei Psr "*Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura*".

L'implementazione di progettualità specifiche sul fronte dell'innovazione è demandata invece alla **Sottomisura 16.2** *"Sostegno a progetti pilota e allo sviluppo di nuovi prodotti, pratiche, processi e tecnologie"*.

La maggior parte delle regioni hanno attivato questi interventi nell'ambito dei propri Psr 2014-2020, e già iniziano ad emergere casi pratici interessanti.

I dati di attuazione dell'iniziativa Pei-Agri in Italia al mese di Ottobre 2020 testimoniano la presenza di *574 Gruppi operativi selezionati* sul complessivo di 626 previsti per l'intera programmazione 2014-2020. In termini economici sono stati concessi contributi per 197 milioni di euro rispetto al complessivo previsto di 205,6 milioni di euro.

Accanto a questi interventi, i Programmi di sviluppo rurale prevedono una serie di interventi collaterali e di supporto sul fronte dell'adozione di innovazioni in agricoltura. Stiamo parlando in modo particolare della Misura 1 dedicata a promuovere la conoscenza attraverso azioni di formazione ma anche e soprattutto della Misura 2 orientata, invece, al sostegno ai servizi di consulenza a favore delle aziende agricole erogati dagli Organismi di consulenza strutturati.

Le politiche europee per la conoscenza e innovazione

L'impalcatura normativa e finanziaria a sostegno delle politiche di sviluppo della conoscenza e dell'innovazione per l'agroalimentare non si limitano alle sole Politiche di Sviluppo rurale e al relativo Fondo dedicato (Feasr: Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale).

A riguardo si segnalano altri diversi interventi e fondi specifici dedicati, tra cui, in particolare:

- Fondo per lo Sviluppo Regionale (Fesr);
- Programma quadro per la ricerca (Horizon 2020),
- Erasmus plus
- Life.

In merito al Fondo per lo sviluppo regionale (Fesr), si segnalano iniziative importanti per azioni di ricerca e innovazione da implementare secondo l'approccio della *Smart Specialization Strategy*.

Come noto, questo Fondo europeo è aperto a diversi comparti produttivi dell'economia italiana e non è escluso anche il valore strategico del comparto agroalimentare *Made in Italy*.

Rilevanti sono poi le opportunità offerte da programmi europei, tra cui il Programma quadro per la ricerca Horizon 2020, i Progetti Erasmus plus e Life.

ANALISI DI CONTESTO: I FABBISOGNI DELLE AZIENDE AGRICOLE ITALIANE PER LE SINGOLE REGIONI E FOCUS SETTORIALI.

ITALIA: Analisi fabbisogni nel contesto Nazionale

Al fine di approfondire i fabbisogni concernenti l'adozione di innovazioni in agricoltura, è stato implementato un questionario su tutto il territorio nazionale che ha coinvolto complessivamente oltre 5.400 utenti.

Il target di riferimento è stato diversificato tra: aziende agricole, agroalimentari e agroforestali, docenti universitari, membri delle istituzioni, referenti Coldiretti sul territorio nazionale ed altro.

La stratificazione del Target in gruppi non omogenei ha avuto proprio l'obiettivo di analizzare i vari punti di vista e le prospettive sul fronte dell'innovazione al fine di integrare il tutto in un approfondimento complessivo "multipolare".

È bene evidenziare, tuttavia, che la maggior parte del campione intervistato è rappresentato da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali mentre una parte residuale da docenti universitari, referenti Coldiretti sul territorio nazionale, referenti istituzionali, ecc. Non sono mancate poi sollecitazioni da parte di utenti esterni con diverse professionalità non legate direttamente al mondo agricolo ma orientati al settore primario per *hobby* e per mera passione.

Il campione interessato dall'analisi è rappresentato da diversi comparti produttivi del settore agricolo ed agroalimentare, senza escludere anche le attività di diversificazione, come l'agriturismo.

In particolare, come si può vedere dalla seguente tabella, il settore zootecnico è stato particolarmente rappresentato con una percentuale maggiore per il settore cunicolo e degli ovi-caprini. Importante anche il contributo delle attività connesse con il coinvolgimento degli agriturismi ed aziende che svolgono anche attività di trasformazione.

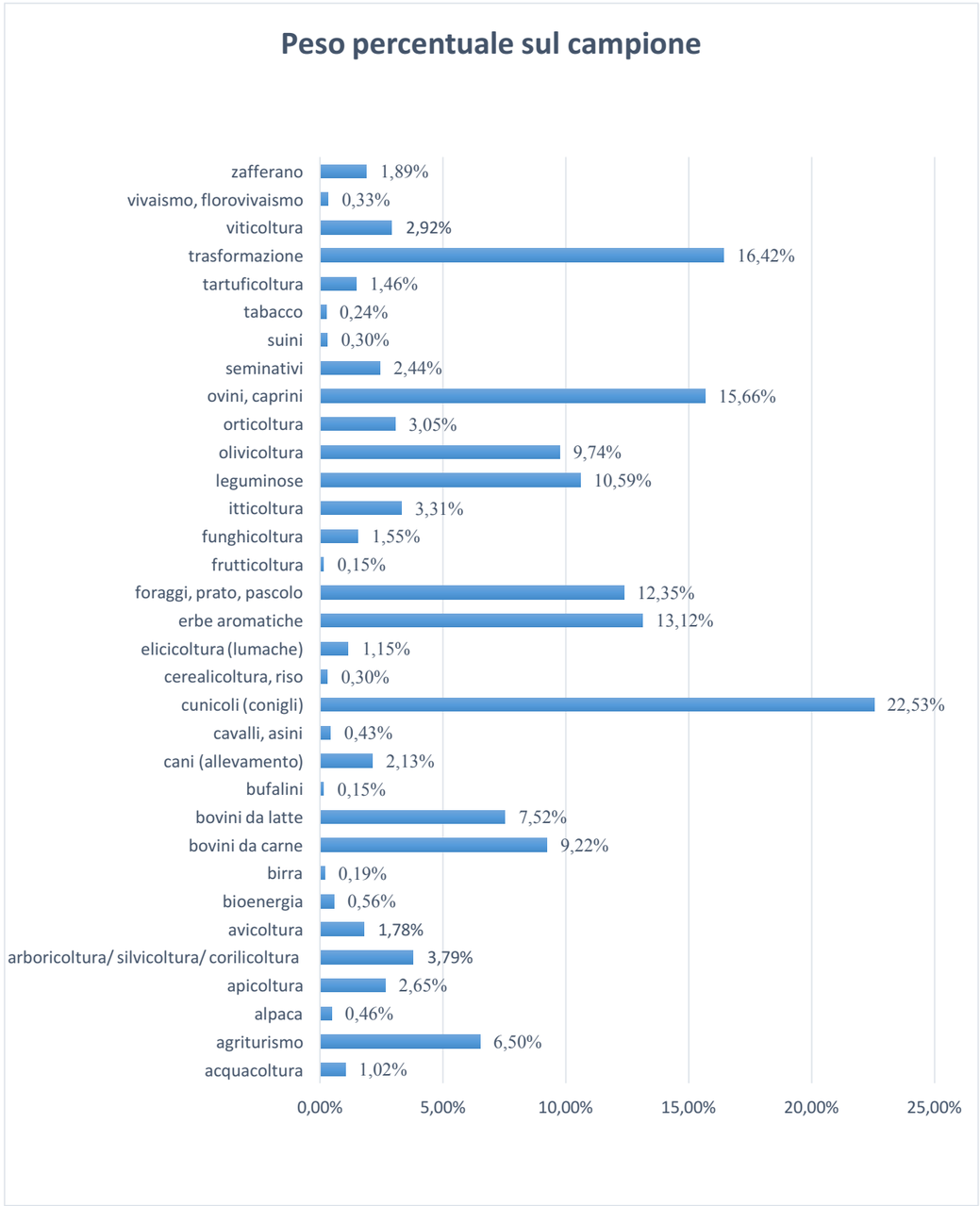


Grafico 1: Peso percentuale dei settori agricoli/agroalimentari coinvolti nell'indagine.

Circa un'azienda su cinque intervistate è condotta da un giovane, mentre la metà dalle aziende intervistate ha più di 40 anni e svolge regolarmente e prevalentemente attività agricola.

Il campione è formato per un quarto da aziende condotte da imprenditrici donne, mentre, per la restante quota dei tre quarti, da uomini.

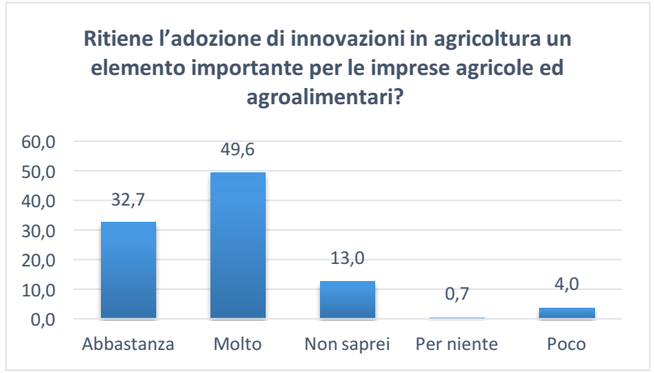
La dimensione aziendale è fortemente differenziata e fa emergere una equilibrata rappresentazione di tutte le tipologie aziendali. Una leggera prevalenza si rileva per le aziende fino a 5 ettari, mentre, una ripartizione abbastanza omogenea riguarda tutte le altre taglie aziendali da 10 ettari in su.

Interessante, inoltre, il grado di formazione scolastico degli utenti intervistati. Un elemento che è stato indagato al fine di articolare spunti di riflessione circa la correlazione tra il titolo di studio del conduttore e l'adozione di innovazioni in agricoltura.

Il 13 percento del campione intervistato detiene una laurea (per il 3 percento una laurea triennale e per il 10 percento specialistica) mentre il 49 percento degli intervistati possiede un diploma (di questi: il 12 percento periti agrari, il 15 percento scuole professionali e il 23 percento diplomi tecnici o licei). Solo il 4,5 percento degli utenti intervistati si è fermato al titolo di studio elementare.

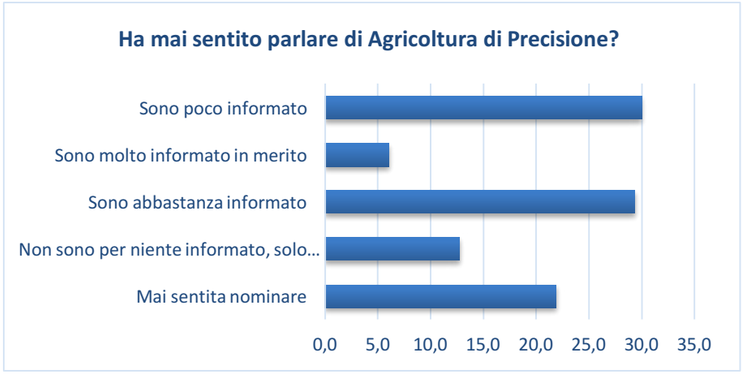
Dall'analisi dei fabbisogni emersi dal campione intervistato, si evidenziano interessanti considerazioni in merito all'adozione di innovazioni in agricoltura e alla relativa diffusione.

Entrando nel dettaglio dei dati elaborati, un elemento alquanto consolidato nel campione coinvolto riguarda il positivo ruolo delle innovazioni in agricoltura. Oltre **l'80 percento** del campione intervistato ha evidenziato un **giudizio positivo** in merito al **ruolo delle innovazioni in agricoltura** quale elemento importante per le imprese agricole ed agroalimentari. Solo 1 azienda su 20 (4,7 percento) è contraria a questa visione, mentre, il 13 percento ha preferito non esporsi.

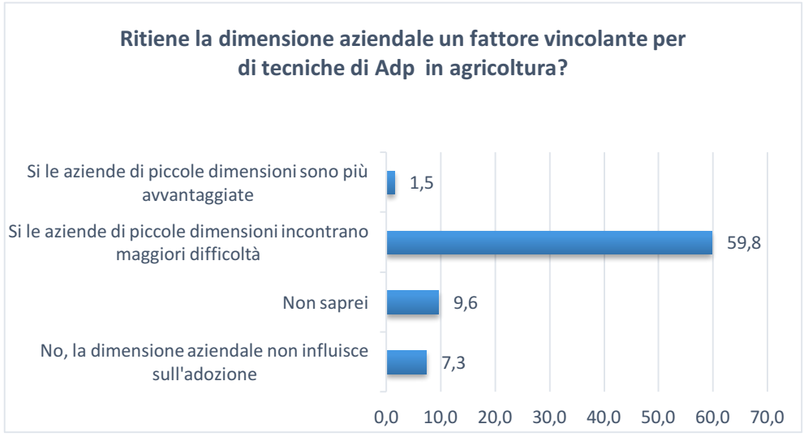


In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 35 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, una corrispettiva parte non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. La residua quota del 30 percento è poco informato.
Questi dati, se da un lato evidenziano una **sempre maggiore apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione** nel settore agricolo ed agroalimentare, dall'altro **evidenziano fabbisogni informativi e di consulenza** al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

In merito, infatti, tra le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, **solo 1 su 3 si è avvalsa di corsi di formazione**, mentre, 2 su 3 non hanno mai beneficiato di corsi di formazione.



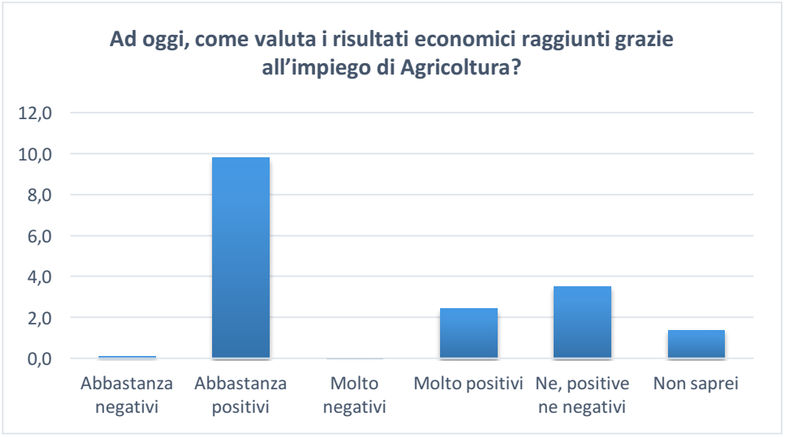
Un assunto che appare inoltre consolidato nel campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e la relativa adozione di tecniche di agricoltura di precisione. La grande maggioranza del campione (60 percento) ritiene che **le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà** nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Solo poco più del 7 percento ritiene che le dimensioni aziendali non siano influenti. La restante parte non si è espressa.



Un ruolo importante nella diffusione di tecniche di agricoltura di precisione può essere assunto inoltre dai **Consorzi agrari** in linea con quanto confermato da oltre il 37 percento degli intervistati secondo i quali, gli stessi Consorzi possono avere un ruolo molto importate e abbastanza importante su questo fronte. Solo una azienda su cinque reputa questa funzione poco importante o per nulla importante.

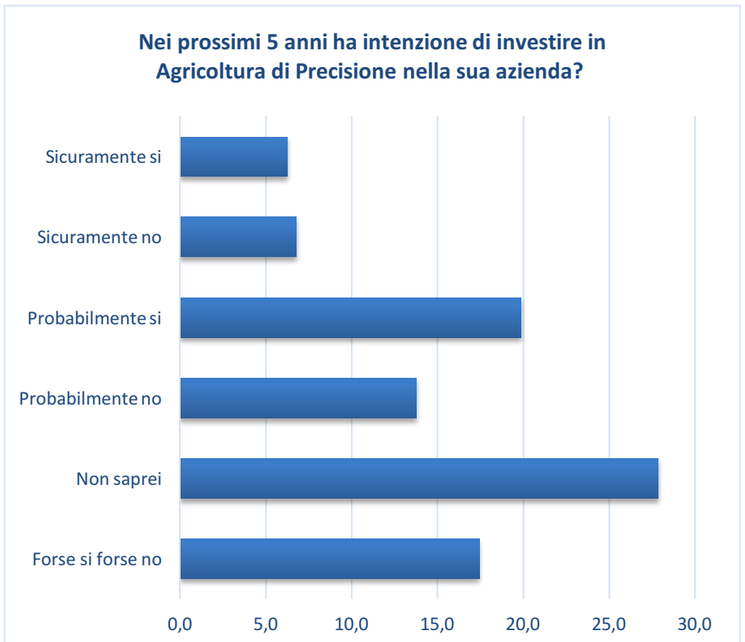
L'indagine si è poi focalizzata sui risultati relativi l'adozione di innovazioni in agricoltura. Tra le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, è evidente un'**ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche di Adp** con un consenso quasi unanime. Solo meno di una azienda su 20, infatti, è poco soddisfatta.

Importanti sono anche i risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp. Il **70 percento degli utenti che hanno risposto al quesito rileva risultati abbastanza positivi e molto positivi sul fronte economico.** Nessuno rileva esiti negativi, mentre, il 20 percento ha evidenziato una situazione pressoché stabile senza peggioramenti e miglioramenti.



Il questionario somministrato si è inoltre focalizzato sulle varie fasi del ciclo produttivo, dalla produzione alla commercializzazione, facendo emergere fabbisogni specifici nelle varie fasi. I risultati evidenziano un **orientamento prevalente verso la fase produttiva (allevamento e coltivazioni)** con circa il 50 percento degli intervistati. Il 10 percento ritiene maggiormente utile l'adozione di innovazioni nella fase di commercializzazione e delle filiere, mentre, solo il 3 percento nella gestione dei clienti. Il 38 percento del campione non si è espresso su questo quesito.

Tra i vari quesiti sottoposti, è stato analizzato anche il tema della semplicità di utilizzo delle tecniche di agricoltura di precisione e della relativa fruibilità. Il 30 percento del campione intervistato ritiene abbastanza semplice o molto semplice l'utilizzo di tecniche di agricoltura di precisione. Il 22 percento ritiene, al contrario, poco semplice o per nulla semplice l'adozione di queste tecniche. Ampia la portata degli astenuti con un utente su 2 che non si è invece espresso.



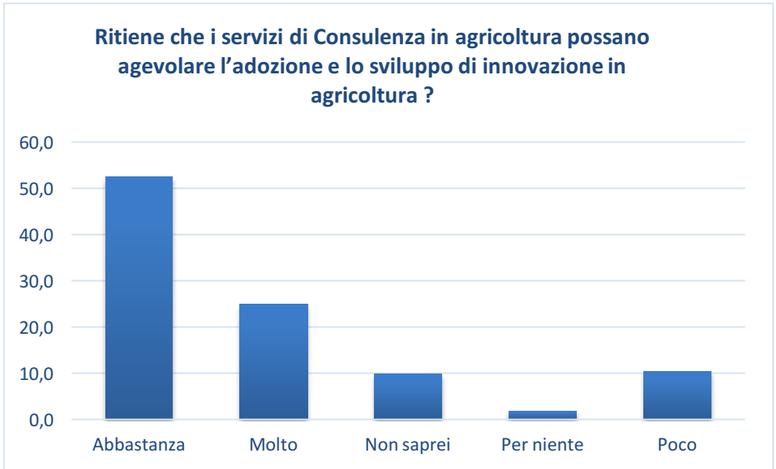
Ponendo invece uno **sguardo al futuro**, circa **1 azienda su 3 intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione** nella propria azienda. Il 20 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tecniche di Adp. La restante metà del campione **(50 percento) è incerta e non ha ancora una posizione in merito.**

Questi risultati evidenziano un **margine rilevante di aziende ancora incerte** su cui risulta importante valorizzare e sedimentare l'utilità dalle innovazioni nel comparto agricolo ed agroalimentare.

Il sondaggio si è poi soffermato sul **supporto delle Politiche comunitarie** (e non solo) nell'adozione di innovazioni in agricoltura, partendo dalla conoscenza del Modello Akis (su cui ci siamo soffermati nei precedenti paragrafi).

I risultati evidenziano come il **66 percento del campione intervistato non conosca ancora l'acronimo Akis**, mentre, solo una percentuale residuale dell'8,2 percento sa di cosa si tratta. Entrando ancor più nel dettaglio di questi valori, la maggior parte di quest'ultimi ha solo sentito parlarne ma non dispone di conoscenze ulteriori. Questi risultati evidenziano l'importanza di un percorso mirato volto a garantire un'adeguata divulgazione di tali argomenti e sostengono il percorso intrapreso da Coldiretti, ormai da diverso tempo, in tale direzione.

Fondamentale risulta essere, inoltre, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura per l'adozione e sviluppo delle innovazioni. A riguardo, infatti, il **78 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile**, contro il 12 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Il 10 percento non si è espresso.



Questi risultati orientano di conseguenza il **43 percento del campione verso i servizi di consulenza nei prossimi anni** contro il 16 percento che intende non avvalersene. La restante quota ancora è incerta.

Un ulteriore elemento di interesse riguarda la **figura *dell'Innovation Advisor*** all'interno delle opportunità generate dalla Politica agricola comune e nel PEI-Agri. Una figura che, secondo quanto emerge dal campione coinvolto nell'indagine, **risulta ancora poco conosciuto per oltre il 67 percento degli intervistati.** Una percentuale ancor meno positiva se consideriamo che il restante 28 percento l'ha solo sentito nominare. Solo il 5 percento degli intervistati, ovvero 1 utente su 20, conosce bene questa nuova figura professionale.

In tale direzione si innestano pertanto le attività portate avanti da Coldiretti in questi mesi per l'affermazione della figura professionale dell'*Innovation advisor* a supporto delle aziende agricole attraverso lo sviluppo di progetti di innovazione. Un percorso avviato con la formazione di figure professionali su tutto il territorio nazionale volte a creare un ponte tra aziende agricole e mondo della ricerca per lo sviluppo di progettualità innovative con un approccio *bottom-up*, ovvero che abbia origine dai fabbisogni e dalle necessità del tessuto produttivo.

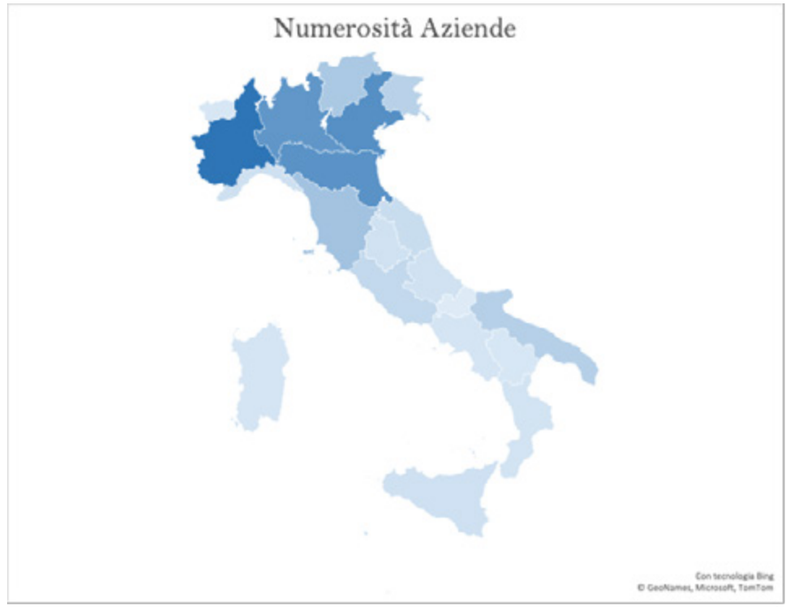
Queste considerazioni sono inoltre sottolineate anche dai risultati che emergono in merito alla conoscenza da parte del campione, degli interventi della Politica agricola comune a supporto dell'innovazione. Stiamo parlando in modo particolare della **Misura 16 dei Psr** per lo sviluppo di progetti innovativi attraverso un approccio di cooperazione al cui centro si pongono le attività dei Gruppi operativi (GO). A riguardo, infatti, la metà del campione non ha mai sentito parlare della Misura 16 dei Psr mentre il 42 percento l'ha solo sentita nominare. Solo il 6,3 percento la conosce bene e nei dettagli. Un percorso che valorizza le attività che in questi anni sono state avviate con progetti di innovazione articolati dalle strutture territoriali e nazionali di Coldiretti.

Infine, un focus sull'utilizzo dei social media nel settore agricolo quali strumenti di connessione tra il tessuto produttivo ed i consumatori grazie all'ausilio delle tecnologie. I risultati sono tuttavia interessanti e lasciano spazio a considerazioni più approfondite. Ancora poco evidente appare, infatti, l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. **1 azienda su 5 infatti utilizza i social network per promuovere la propria azienda,** mentre 4 aziende su 5 no si avvalgono di questi strumenti.

In particolare gli strumenti più utilizzati sono Facebook (43%), Instagram (28%) e WhatsApp (22%).

Al fine di analizzare al meglio la dimensione socio-strutturale delle aziende intervistate, è utile poter comprendere come la differente localizzazione geografica possa contribuire alla formazione delle percezioni degli imprenditori riguardo i temi presi in analisi. Quanto la localizzazione dell'impresa incide sulla conoscenza degli strumenti? È solo una delle domande che ci poniamo all'interno di questo elaborato.

Dalla figura successiva, possiamo notare la ripartizione territoriale del campione coinvolto su base volontaria. Appare chiara una propensione maggiore delle regioni del Nord con un interesse importante evidenziato anche dal mezzogiorno.

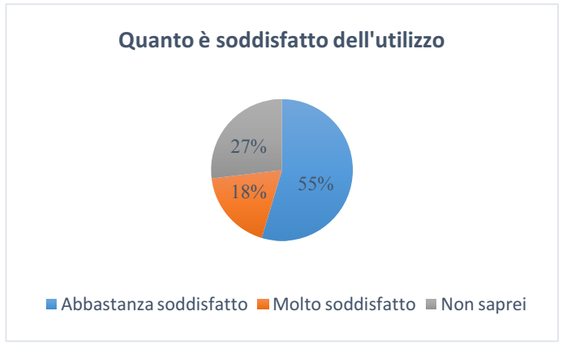


Abruzzo

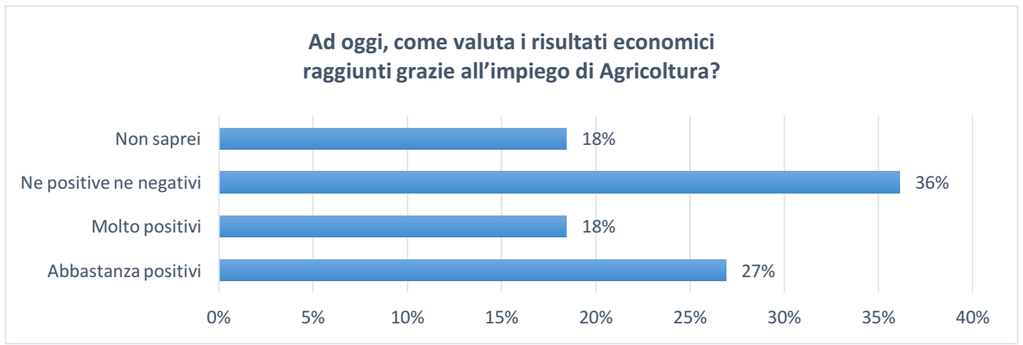
L'analisi dei fabbisogni in Regione Abruzzo ha interessato complessivamente un campione pari al 2 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, circa 1 su 5 è condotta da un giovane.
Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, il 68 percento del campione abruzzese ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo 1 azienda su 10 è contraria a questa visione, mentre il 22 percento ha preferito non esprimersi.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 27 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 45 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 28 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro testimoniano fabbisogni informativi e di consulenza importanti al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Un'ampia porzione del campione (73 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Solo il 7 percento ritiene che le dimensioni aziendali non siano influenti.

Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, solo il 36 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 64 percento no.

Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente un'ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali pratiche di Adp con un consenso pressoché unanime (73 percento) considerando che la restante quota del 27 percento non si è espressa.



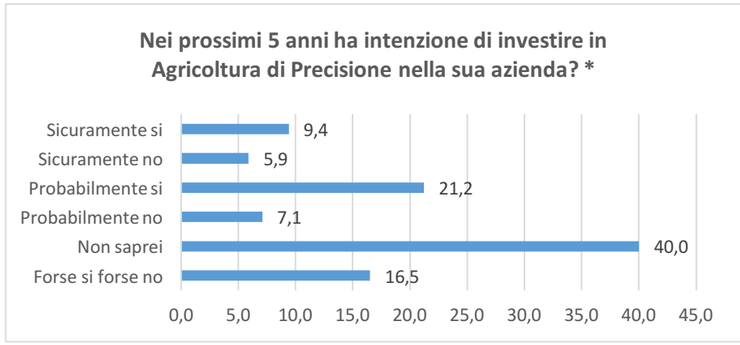
L'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego dell'agricoltura di precisione è abbastanza variegata, con un'azienda su 3 che non rileva grossi vantaggi. Il 45 percento degli utenti rileva risultati abbastanza positivi e molto positivi sul fronte economico. Nessuno rileva risultati negativi.



Ponendo uno sguardo al futuro, circa 1 azienda su 3 intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 13 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tecniche di Adp. Una quota rilevante del 56 percento è incerta e non ha ancora una posizione in merito.

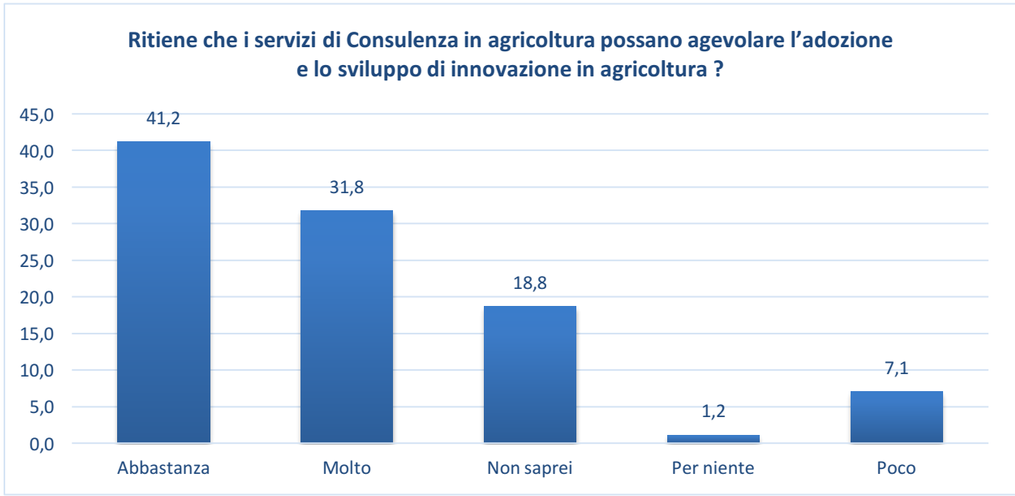
Questi risultati evidenziano un margine rilevante di aziende ancora incerte su cui risulta importante valorizzare e sedimentare l'utilità assunta dalle innovazioni nel comparto agricolo ed agroalimentare.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto delle innovazioni in agricoltura, emerge come l'87 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 13 percento sa di cosa si tratta.



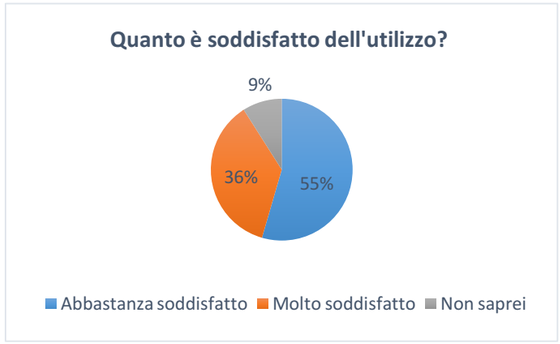
Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni. A riguardo, infatti, il 73 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro l'8,3 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Il 18,8 percento non si è espresso in merito. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione verso l'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (47 percento) contro il 13 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Solo 1 azienda su 4 infatti utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre, 3 aziende su 4 non si avvalgono di questi strumenti.



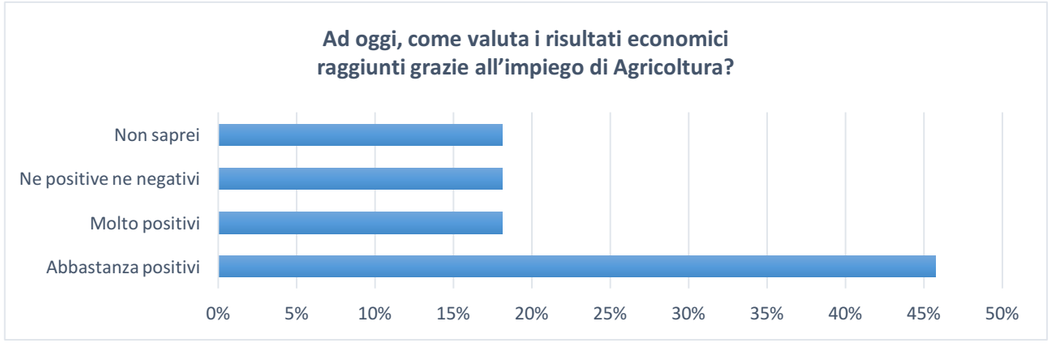
Basilicata

In regione Basilicata, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari all' 1 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, circa 1 su 3 è condotta da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, la stragrande maggioranza del campione lucano, pari al 90 percento del totale, ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 2 percento è contrario a questa visione, mentre l'8 percento ha preferito non esprimersi.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 44 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 23 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 32 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro dimostrano ampi fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Un'ampia porzione del campione (61,5 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Solo il 9,6 percento ritiene che le dimensioni aziendali non siano influenti.
Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, solo il 9 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 91 percento no.



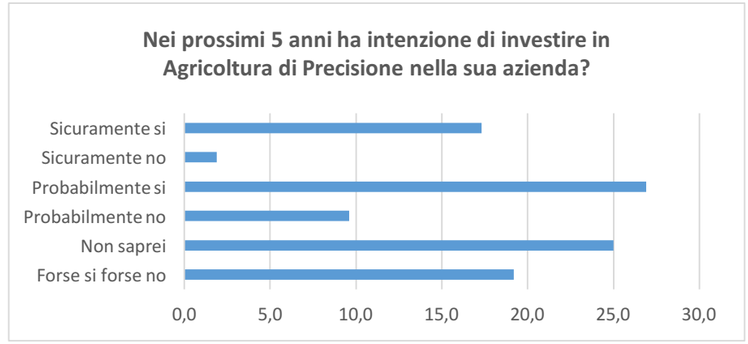
Sempre in riferimento alle aziende che si sono avvalse di tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche con un consenso pressoché unanime (91 percento) considerando che la restante quota del 9 percento non si è espressa.

L'analisi sui risultati economici conseguiti è abbastanza variegata. Il 45 percento degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Nessuno rileva risultati negativi.



Ponendo uno sguardo al futuro, circa 1 azienda su 2 intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. L' 11,5 percento, invece, è ancora diffidente e non investirà in questa direzione. il 44% degli utenti è ancora incerto e non ha ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura, emerge come l'82 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre, solo una percentuale residuale del 18 percento sa di cosa si tratta.



Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

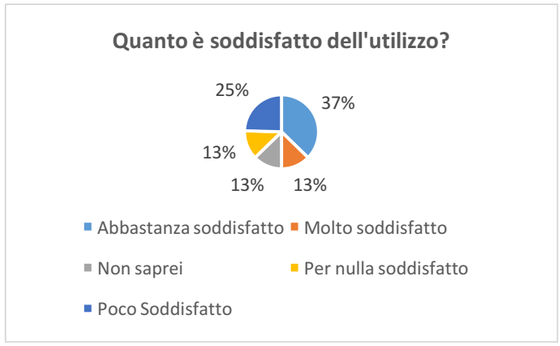
A riguardo, infatti, l'87 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 7,7 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Il 6 percento non si è espresso in merito. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (67 percento) contro il 7 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Poco più di 1 azienda su 5 infatti utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre, 4 aziende su 5 non si avvalgono di questi strumenti

Calabria

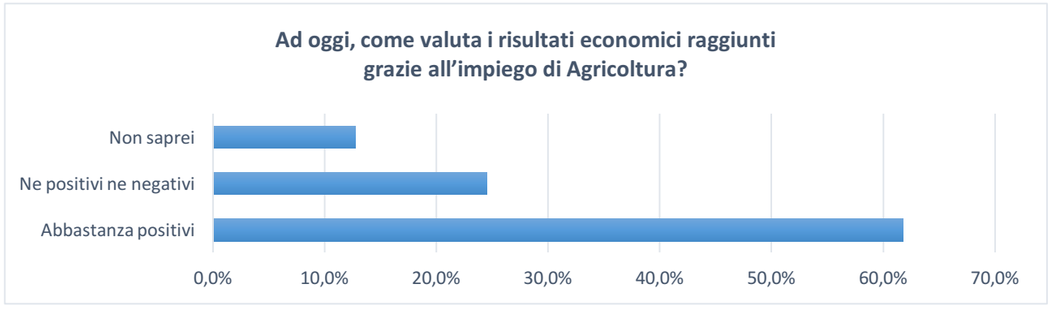
In regione Calabria, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari all' 1,5 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, circa 1 su 4 è condotta da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, la stragrande maggioranza del campione calabrese pari all' 80 percento del totale, ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 3 percento è contrario a questa visione, mentre il 17 percento ha preferito non esporsi. In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 22 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 41 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 37 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro testimoniano la presenza di fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. La stragrande maggioranza del campione (48 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Solo il 5,5 percento ritiene che le dimensioni aziendali non siano influenti.
Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, solo il 37 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 63 percento no.



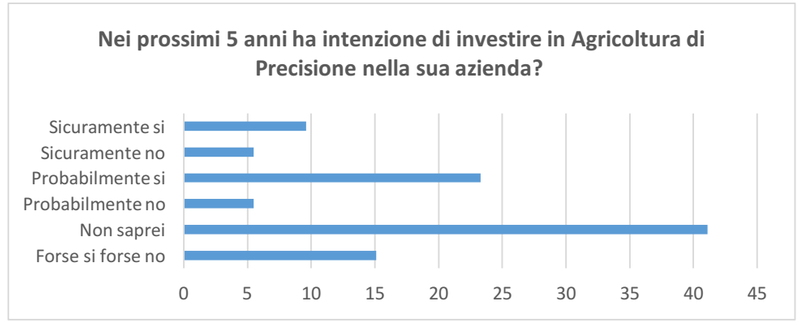
Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, circa il 50 percento ha espresso soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche di Adp, considerando che il 12 percento non si è espresso e il 36 percento si è dichiarato poco o per niente soddisfatto.

L'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp è abbastanza variegata. Il 62 percento degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Nessuno rileva risultati negativi.



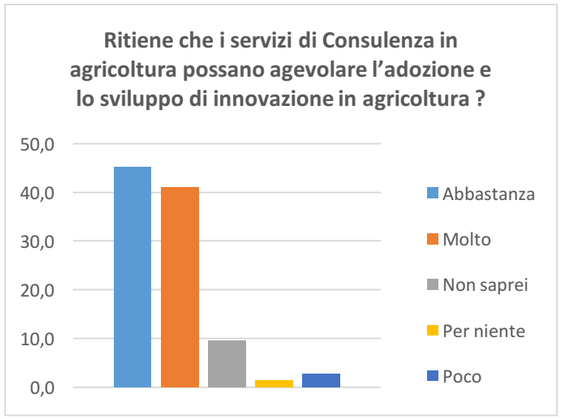
Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 33 percento intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. L' 11 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tecniche di Adp. Il 56 percento è incerto e non ha ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come il 77 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre, solo una percentuale residuale del 13 percento sa di cosa si tratta.



Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

A riguardo, infatti, l'86 percento considera la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 4,1 percento che invece la ritiene per nulla utile o poco utile. Il 9,6 percento non si è espresso. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (66 percento) contro il 7 percento che intende non avvalersene.

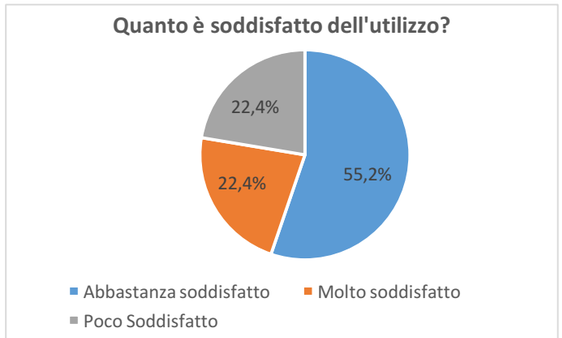


Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Il 37 percento delle aziende utilizzano i social network per promuovere la propria azienda, mentre il 63 percento non si avvalgono di questi strumenti.

Campania

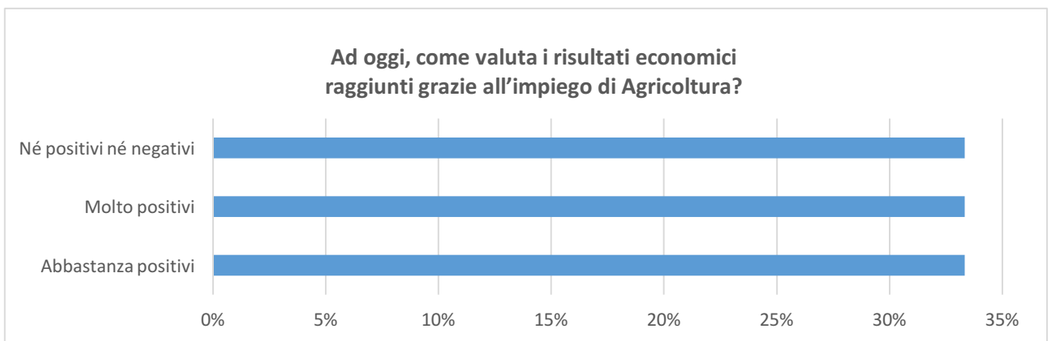
In regione Campania, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari all' 1 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, quasi 1 su 3 è condotta da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, la stragrande maggioranza del campione campano pari all'86 percento del totale ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 3 percento è contrario a questa visione, mentre l'11 percento ha preferito non esporsi. In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 40 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 30 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 30 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro evidenziano fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. La maggioranza del campione (57 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Solo il 13 percento ritiene che le dimensioni aziendali non siano influenti.
Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, solo il 22 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 78 percento no.



Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche di Adp con un consenso pressoché unanime (78 percento) mentre il 22 percento è poco soddisfatto.

L'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp è abbastanza variegata. 2 utenti su 3 rilevano risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Nessuno rileva risultati negativi.

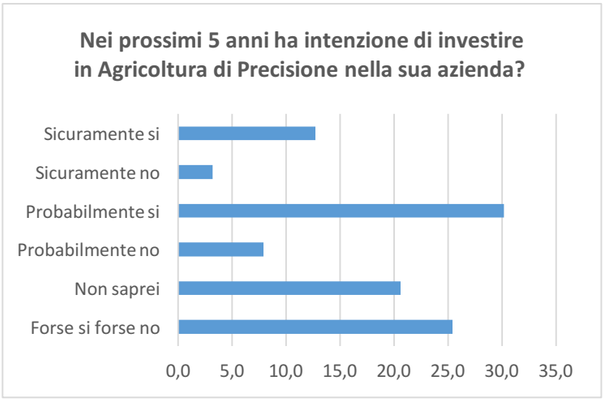


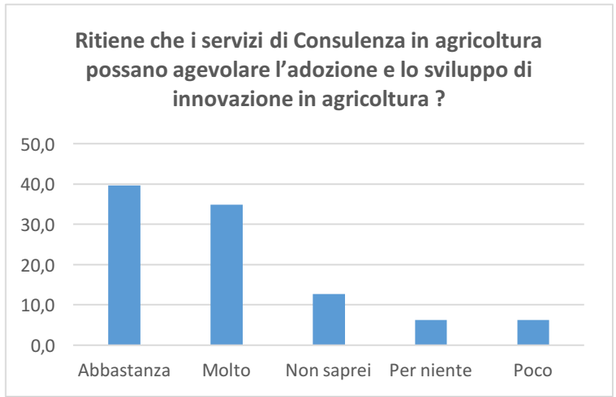
Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 43% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. L' 11 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tecniche di Adp. Quasi 2 aziende su 4 sono ancora incerte e non hanno ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come il 77 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 13 percento sa di cosa si tratta.

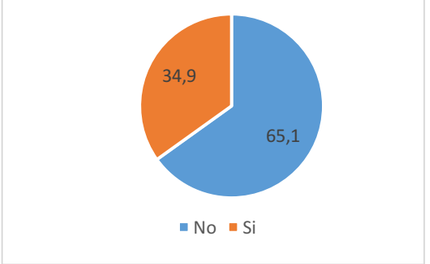
Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

A riguardo, infatti, il 74 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 13 percento che invece la considera per niente utile o poco utile. Il 13 percento non si è espresso. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (54 percento) contro il 13 percento che intende non avvalersene.





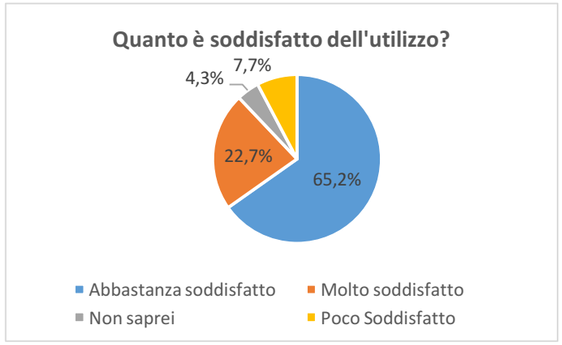
Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Poco più di 1 azienda su 3 infatti utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre 2 aziende su 3 non si avvalgono di questi strumenti



Emilia-Romagna

In Emilia-Romagna, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 13,8 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 20% sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, la stragrande maggioranza del campione emiliano-romagnolo, pari all'81,5 percento del totale, ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 6 percento è contrario a questa visione, mentre, il 12,5 percento ha preferito non esprimersi.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 37 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 33 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 30 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro testimoniano la presenza di fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

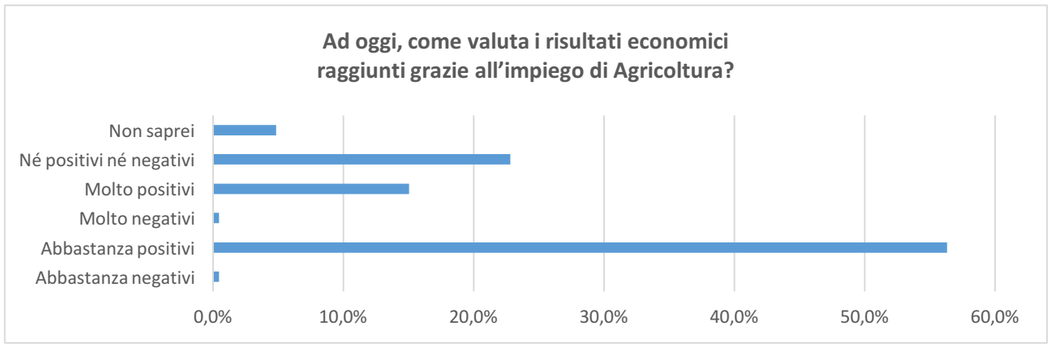
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. La maggioranza del campione (63 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Solo il 6 percento ritiene che le dimensioni aziendali non siano influenti.



Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, solo il 34 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 66 percento no.

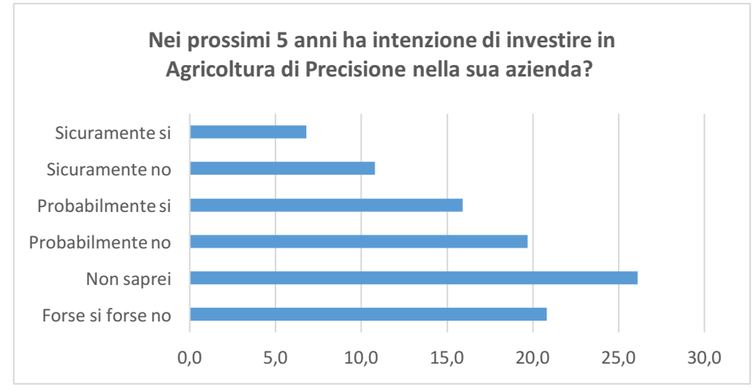
Sempre in riferimento a quest'ultimo target, ovvero le aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche con un consenso pressoché unanime (88 percento) mentre l'8 percento è poco soddisfatto.

L'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp è abbastanza variegata. Più di 2 utenti su 3 rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Solo l'1 percento rileva risultati negativi, con una percentuale pressoché nulla.

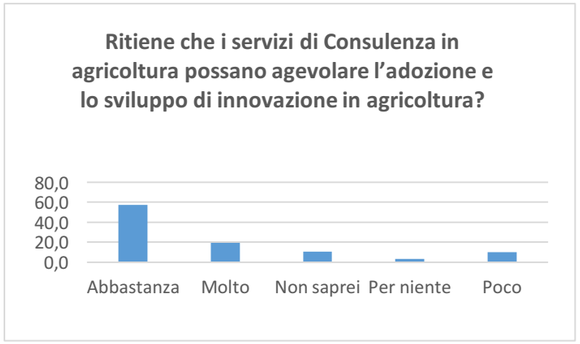


Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 23% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 30 percento invece è ancora diffidente e non investirà in questa direzione. Quasi il 47% delle aziende sono ancora incerte e non hanno ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche di sostegno all'adozione di innovazioni in agricoltura, emerge come l'87 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 13 percento sa di cosa si tratta.



Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.



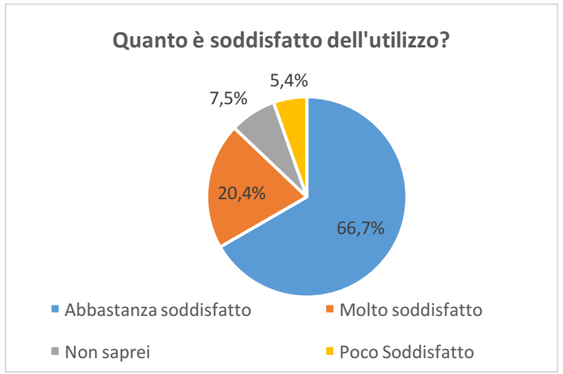
A riguardo, infatti, il 77 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 13 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Il 10 percento non si è espresso. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (36,5 percento) contro il 23 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco chiaro appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Circa 1 azienda su 4 infatti utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre, 3 aziende su 4 non si avvalgono di questi strumenti.

Friuli Venezia Giulia

In Friuli Venezia Giulia, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 4,2 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 15% sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, la stragrande maggioranza del campione friulano, pari all'86 percento del totale, ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 4 percento è contrario a questa visione, mentre il 10 percento ha preferito non esporsi. In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 36 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 39 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 25 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro descrivono la necessità di attività di consulenza ed informazione al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze specifiche sull'argomento.

Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. La maggioranza del campione (57 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano più ampie difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Solo il 7,6 percento considera che le dimensioni aziendali non siano influenti.



Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, solo il 43,5 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 56,5 percento no.

In riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche con un consenso pressoché unanime (87 percento) mentre il 5 percento è poco soddisfatto.

L'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp è abbastanza variegata. Più di 2 utenti su 3 rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Nessun utente rileva risultati negativi.

Con una visione prospettica, circa il 27% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 23 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tecniche di Adp. Quasi 2 aziende su 4 sono incerte e non hanno ancora una posizione.

Focalizzando l'attenzione sulle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come l'85 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre, solo una percentuale residuale del 15 percento sa di cosa si tratta.

Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

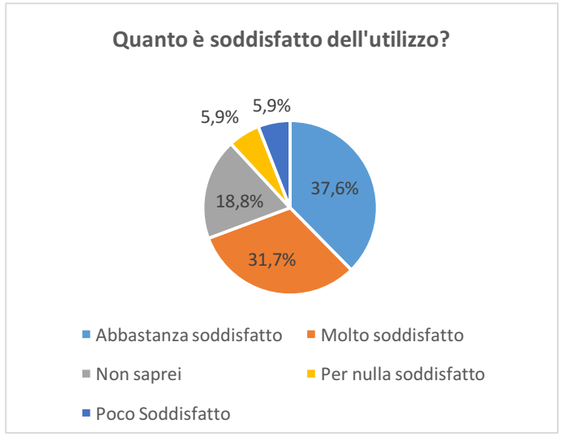
A riguardo, infatti, il 72 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 15 percento che invece la reputa per niente utile o poco utile. Il 13 percento non si è espresso. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (40,5 percento) contro il 19 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Quasi 1 azienda su 4 infatti utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre 3 aziende su 4 non si avvalgono di questi strumenti.

Lazio

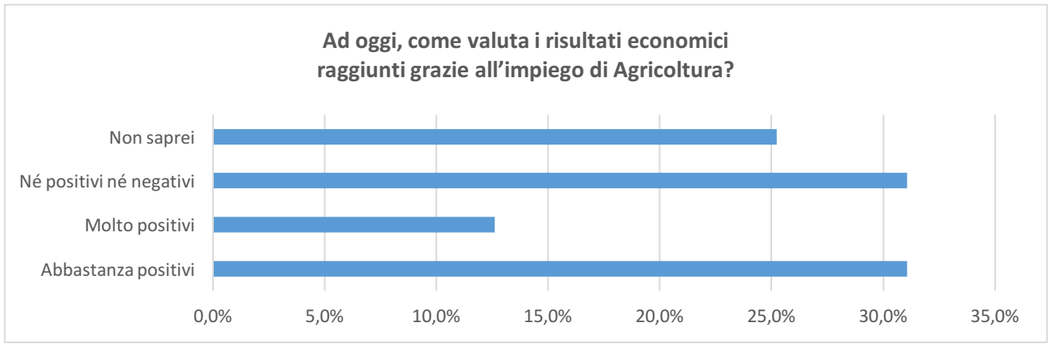
In regione Lazio, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 3 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 24% sono condotte da giovani. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, la stragrande maggioranza del campione laziale, pari al 79 percento del totale, ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 6 percento è contrario a questa visione, mentre il 15 percento ha preferito non esporsi.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 26 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 44 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 30 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro descrivono la presenza di fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento e consolidano il percorso avviato da Coldiretti in questa direzione.

Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Quasi la metà del campione (47 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Solo il 9 percento ritiene che le dimensioni aziendali non siano influenti.
Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, solo il 56 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 44 percento no.



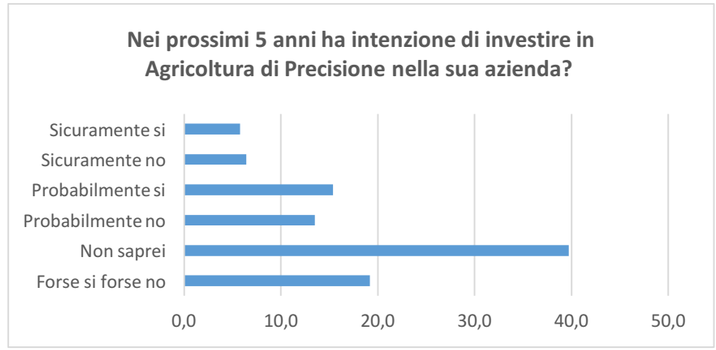
Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente un'ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche con un consenso pressoché unanime (70 percento) mentre il 12 percento è poco soddisfatto.

L'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp è abbastanza variegata.
Il 44% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico.
Nessun utente rileva risultati negativi.

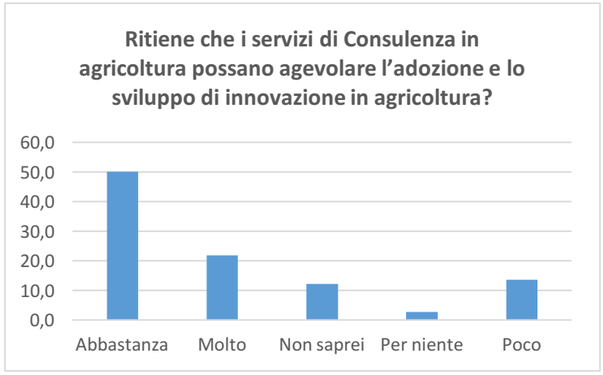


Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 21% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 20 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tecniche di Adp. Quasi il 59% degli utenti è incerto e non ha ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura, emerge come l'89 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale dell'11 percento sa di cosa si tratta.



Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.



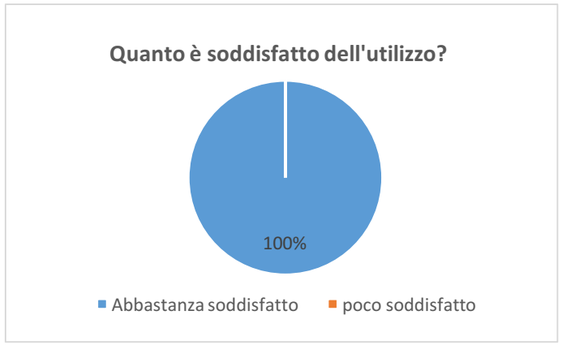
A riguardo, infatti, il 72 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 16 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Il 12 percento non si è espresso. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (44 percento) contro il 20 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Quasi 1 azienda su 3 infatti utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre più di 2 aziende su 3 non si avvalgono di questi strumenti. Si tratta, tuttavia, di una percentuale mediamente superiore alla media nazionale.

Liguria

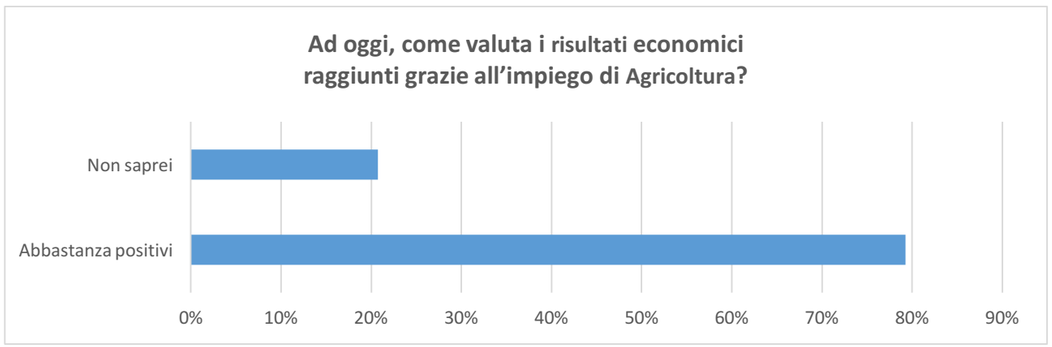
In regione Liguria, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 2 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 23% sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, la stragrande maggioranza del campione ligure pari al 73 percento del totale ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 2 percento è contrario a questa visione, mentre il 25 percento ha preferito non esprimersi.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 14 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 61 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 25 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro esprimono la presenza di fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Quasi la metà del campione (40 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Solo il 5 percento ritiene che le dimensioni aziendali non siano influenti.
Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, solo il 21 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 79 percento no.



Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche di Adp con un consenso unanime (100 percento). Nessuna azienda si ritiene poco o per niente soddisfatta.

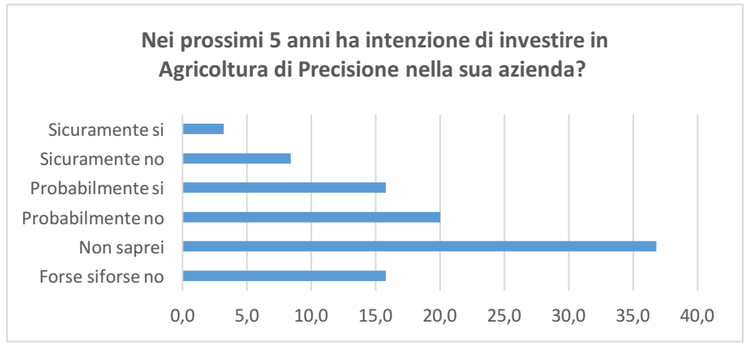
Dall'analisi dei risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp emerge che il 79% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Nessun utente evidenzia risultati negativi.



Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 19% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 28 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tecniche di Adp. Quasi il 53% degli utenti è incerto e non ha ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come il 94 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 6 percento sa di cosa si tratta.

Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.



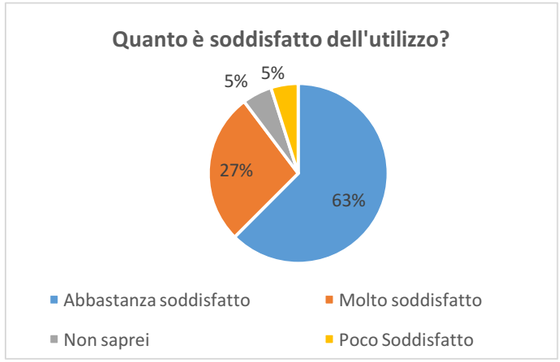
A riguardo, infatti, il 74 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro l'11 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Il 15 percento non si è espresso. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione verso l'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (41 percento) contro il 22 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Più di 1 azienda su 3 infatti utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre 2 aziende su 3 non si avvalgono di questi strumenti.

Lombardia

In regione Lombardia, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 13 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, 1 su 5 è condotta da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, la stragrande maggioranza del campione lombardo, pari all'82 percento del totale, ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 5 percento è contrario a questa visione, mentre il 13 percento ha preferito non esprimersi.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 41 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 30 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 29 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro testimoniano l'importanza di attività di formazione e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento valorizzando il percorso intrapreso da Coldiretti in questa direzione.

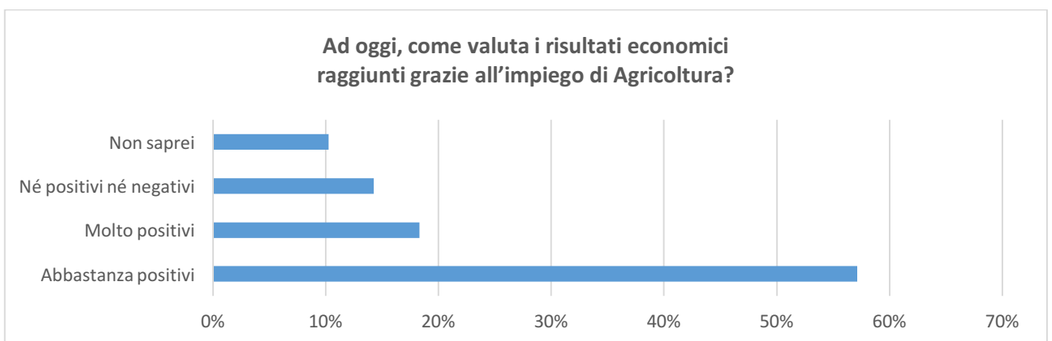
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Più della metà del campione (61 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Solo l'8 percento ritiene che le dimensioni aziendali non siano influenti.



Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, solo il 28 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 72 percento no.

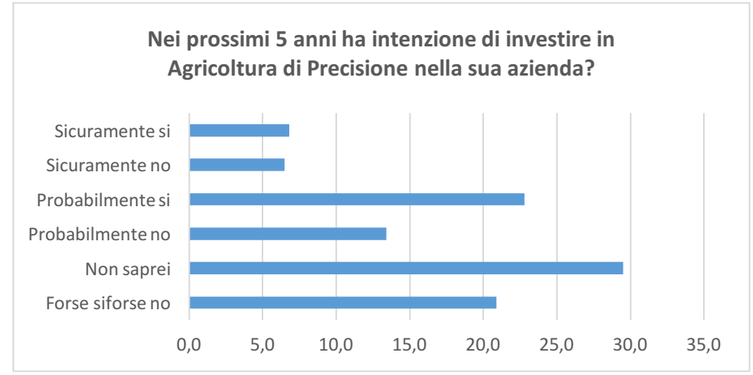
Sempre in riferimento a coloro che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche di Adp con un consenso unanime (90 percento). Solo il 5 percento si ritiene poco soddisfatto.

Dall'analisi sui risultati economici risulta che il 75% degli utenti registri risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Nessun utente rileva risultati negativi.



Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 30% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 20 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tale direzione. Quasi il 50% degli utenti è ancora incerto e non ha ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura, emerge come l'87 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 13 percento sa di cosa si tratta.



Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

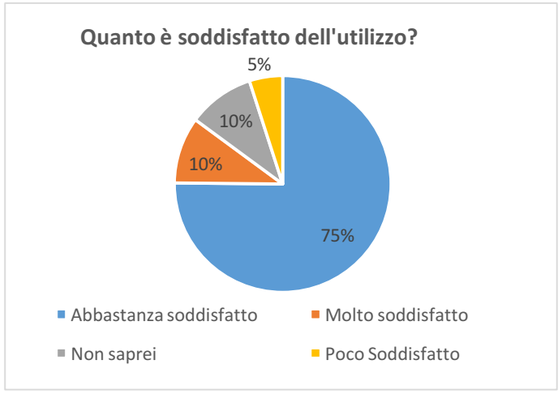
A riguardo, infatti, il 74 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 15 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. L' 11 percento non si è espresso. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (41 percento) contro il 19 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Quasi 1 azienda su 4 infatti utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre 3 aziende su 4 non si avvalgono di questi strumenti.

Marche

Nella Regione Marche, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 2,5 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, 1 su 5 è condotta da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, la grande maggioranza del campione marchigiano pari al 75 percento del totale ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 7 percento è contrario a questa visione, mentre il 18 percento ha preferito non esprimersi.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 35 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 33 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 32 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro testimoniano fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

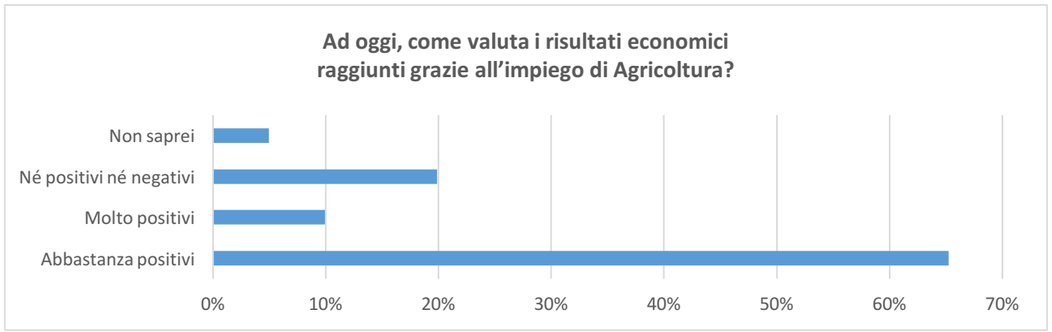
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Più della metà del campione (60 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Solo il 6 percento ritiene che le dimensioni aziendali non siano influenti.



Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, solo il 15 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte dell'85 percento no.

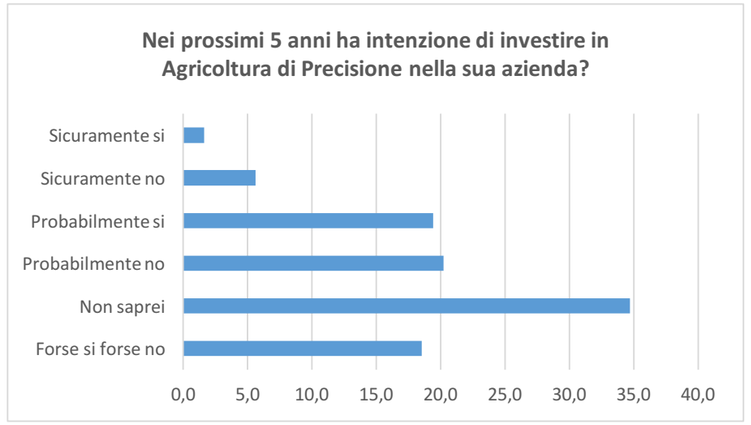
Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente un'ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche di Adp con un consenso quasi unanime (85 percento). Il 5 percento si ritiene poco soddisfatto.

Dall'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp risulta che il 75% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Nessun utente registra risultati negativi.



Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 21% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 26 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tale direzione. Quasi il 53% degli utenti è ancora incerto e non ha ancora una posizione.

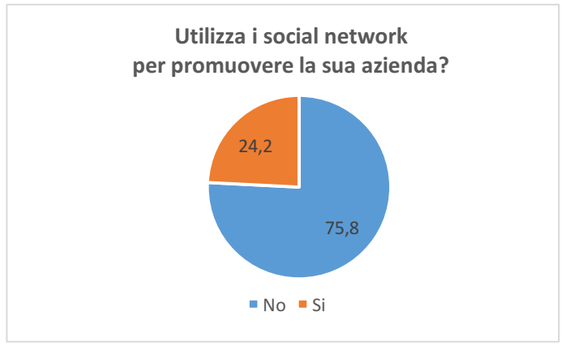
Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come l'87 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 13 percento sa di cosa si tratta.



Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

A riguardo, infatti, il 76 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro l'8 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Il 16 percento non si è espresso. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (41 percento) contro il 15 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Quasi 1 azienda su 4 infatti utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre 3 aziende su 4 non si avvalgono di questi strumenti.



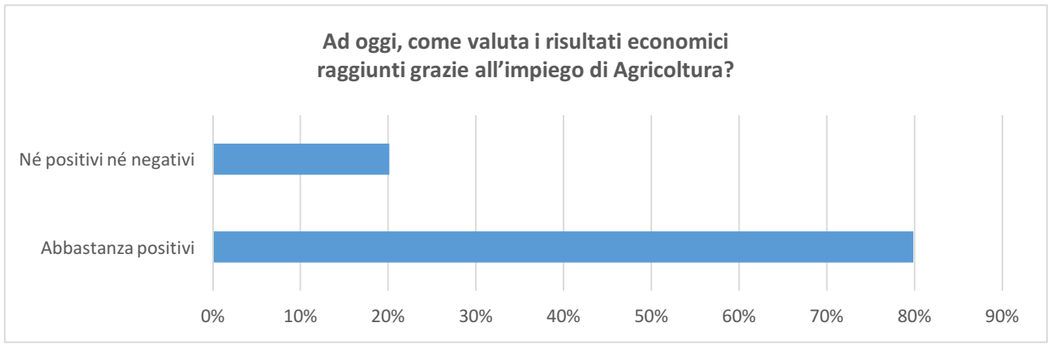
Molise

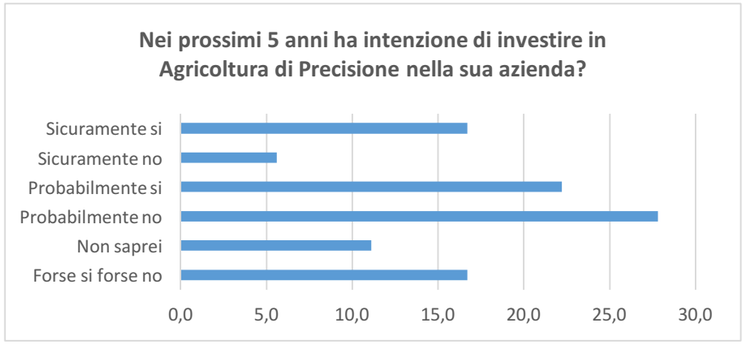
In regione Molise, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari allo 0,4 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 44% sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, la totalità del campione molisano ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 44,5 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 39 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 16,5 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro esprimono fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Più della metà del campione (61 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Il 22 percento non sa rispondere.
Tra coloro che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, l'80 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 20 percento no.

Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche di Adp con un consenso quasi unanime (80 percento). Il 20 percento non sa rispondere.

Dall'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp risulta che l'80% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Nessun utente rileva risultati negativi.



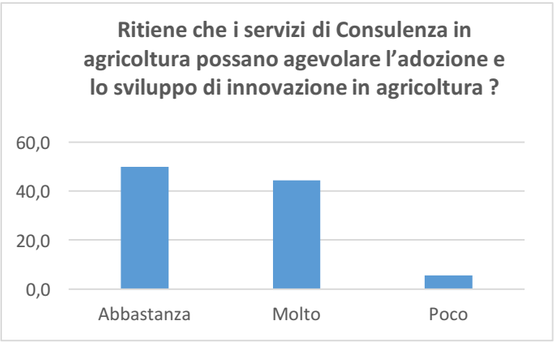


Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 39% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 33 percento invece è ancora diffidente e non investirà in questa direzione. Quasi il 28% degli utenti è incerto e non ha ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come l'81 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 19 percento sa di cosa si tratta.

Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

A riguardo, infatti, il 94 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 6 percento che invece la ritiene poco utile. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (67 percento) contro il 17 percento che intende non avvalersene.

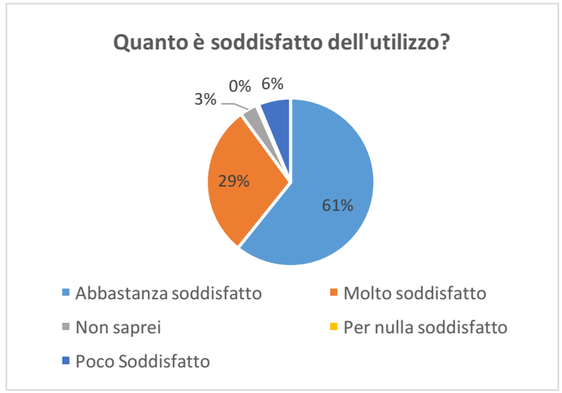


Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Solo l'11 percento delle aziende utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre l'89 percento non si avvale di questi strumenti.

Piemonte

In Regione Piemonte, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 18,5 percento del totale nazionale, composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 22 percento sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, il 79 percento del campione piemontese ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 6 percento lo ritiene poco importante. Il 15 percento non si esprime.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 34 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 36 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 30 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro testimoniano la presenza di fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento consolidando il percorso intrapreso da Coldiretti in questa direzione a supporto delle aziende agricole, agroalimentari e agroforestali.

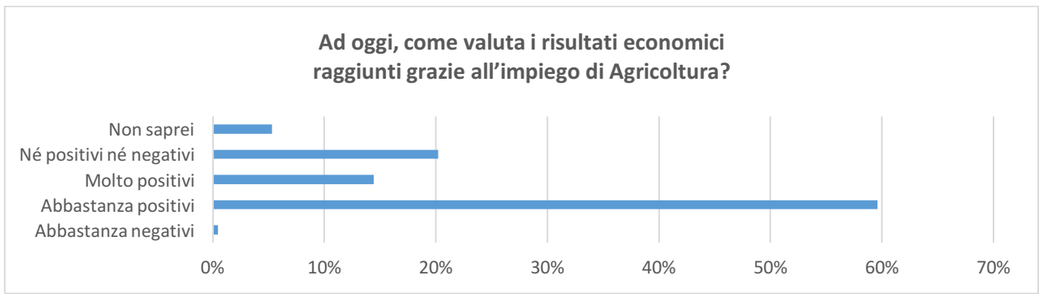
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Più della metà del campione (60 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Il 6 percento sostiene che la dimensione aziendale non influisca sull'adozione di tecniche di agricoltura di precisione.



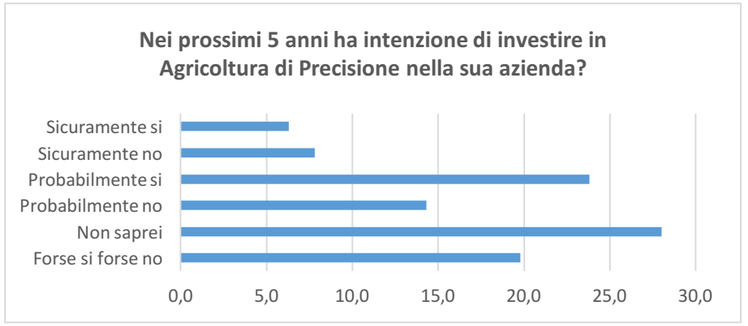
Tra coloro che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, il 25 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 75 percento no.

Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche con un consenso quasi unanime (90 percento). Solo il 6 percento è poco soddisfatto.

Dall'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp emerge che il 74% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Il 5% preferisce non esprimersi.



Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 30% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 22 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tale direzione. Circa il 48% degli utenti è incerto e non ha ancora una posizione.



Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come l'88 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 12 percento sa di cosa si tratta. Risultati che spingono a sostenere ulteriormente le attività che Coldiretti sta portando avanti su tutto il territorio nazionale con incontri di approfondimento specifici su queste tematiche, pubblicazioni, video ed altri strumenti di informazione oltre alle attività consulenziali con le Società Psr&Innovazione.

Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

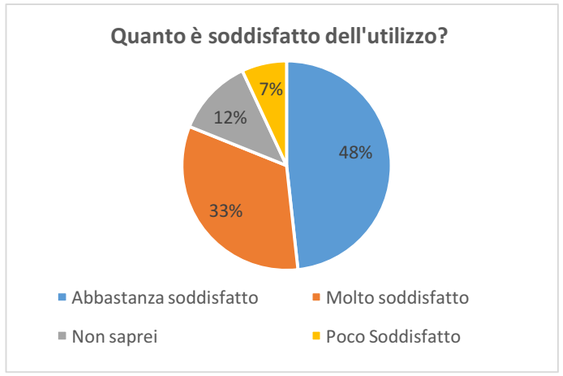
A riguardo, infatti, il 75 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 15 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (42 percento) contro il 18 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Quasi 1 azienda su 4 utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre più di 3 aziende su 4 non si avvalgono di questi strumenti.

Puglia

In Regione Puglia, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 4,5 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 24 percento sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, l'85 percento del campione pugliese ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 3 percento lo ritiene poco importante. Il 12 percento non si è espresso.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 42 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 25 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 33 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro testimoniano la presenza di fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

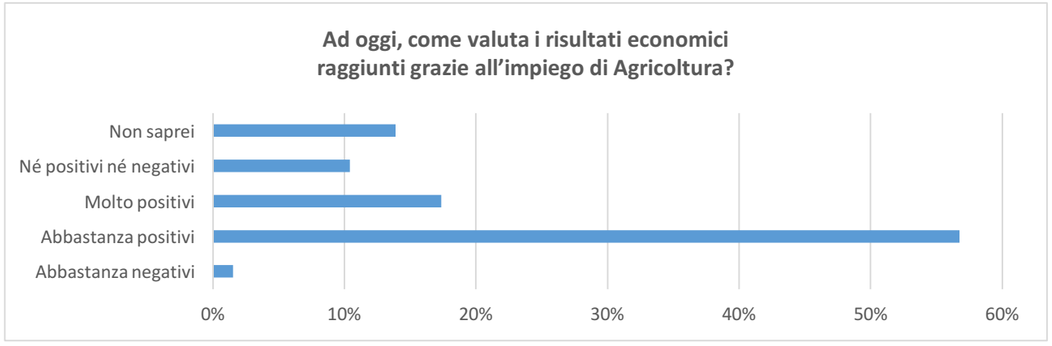
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Più della metà del campione (64 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Il 10 percento ritiene che la dimensione aziendale non influisce sull'adozione di tecniche di agricoltura di precisione.



Per coloro che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, solo il 27 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 73 percento no.

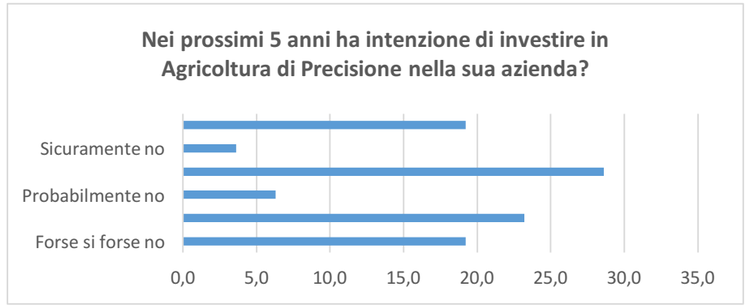
Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche con un consenso quasi unanime (81 percento). Il 7 percento è poco soddisfatto.

Dall'analisi sui risultati economici, il 74% delle aziende interessate rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Il 14% non si è espresso sul tema.



Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 48% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 10 percento, invece, è ancora diffidente e non investirà in questa direzione. Circa il 42% degli utenti è incerto e non ha ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge in modo chiaro come l'88 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 12 percento sa di cosa si tratta.



Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

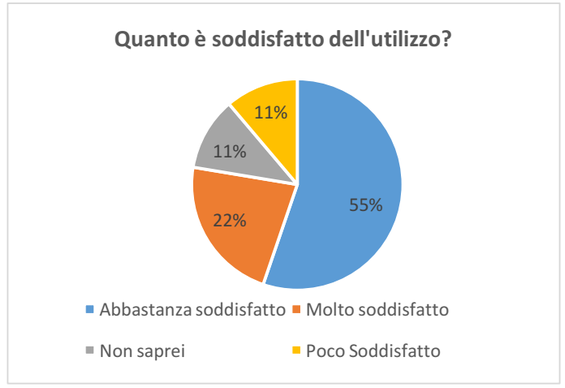
A riguardo, infatti, l'85 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 7,5 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (62 percento) contro il 6 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. 1 azienda su 4 utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre 3 aziende su 4 non si avvalgono di questi strumenti.

Sardegna

In Sardegna, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari all' 1,3 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 22 percento sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, l'81 percento del campione sardo ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 3 percento lo ritiene poco importante. Il 16 percento non si esprime.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 35 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 25 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 40 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro testimoniano fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

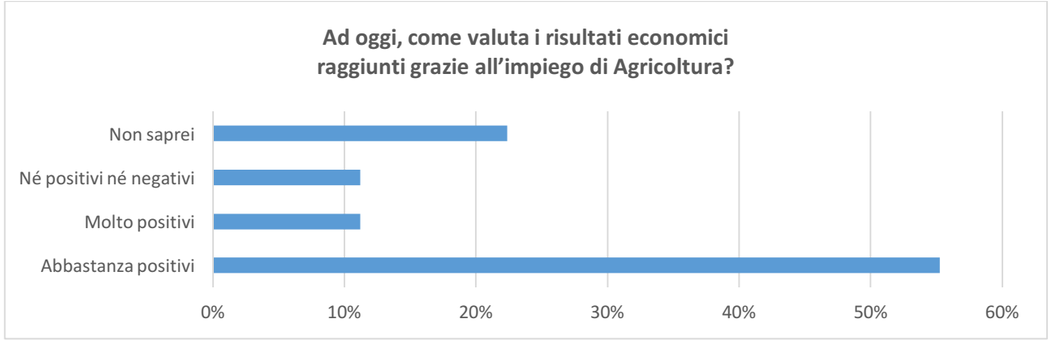
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Quasi la metà del campione (48 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Il 16 percento sostiene che la dimensione aziendale non influisca sull'adozione di tecniche di agricoltura di precisione.



Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, il 56 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 44 percento no.

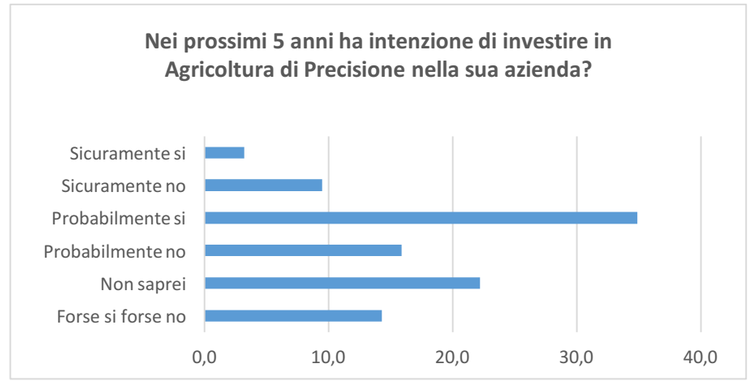
Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche (77 percento). L'11 percento è poco soddisfatto.

Dall'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp emerge che il 66% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Il 22% non si esprime.



Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 38% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 25 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tecniche di Adp. Circa il 37% degli utenti è incerto e non ha ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come il 90 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 10 percento sa di cosa si tratta.



Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

A riguardo, infatti, il 76 percento pensa che la consulenza aziendale possa essere molto utile ed abbastanza utile, contro il 9,5 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (60 percento) contro il 13 percento che intende non avvalersene.

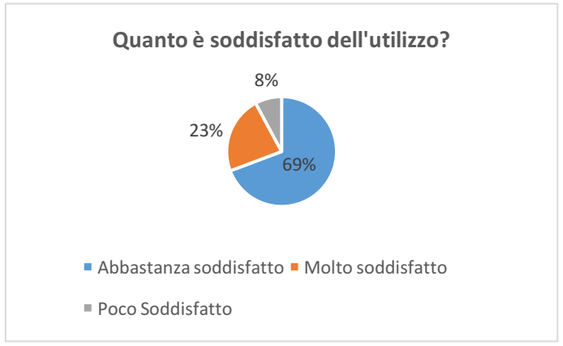
Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Più di 1 azienda su 4 utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre poco meno di 3 aziende su 4 non si avvalgono di questi strumenti.

Sicilia

In Sicilia, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 2 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 17 percento sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, l'84 percento del campione siciliano ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 4 percento lo ritiene poco importante. Il 12 percento non si esprime.

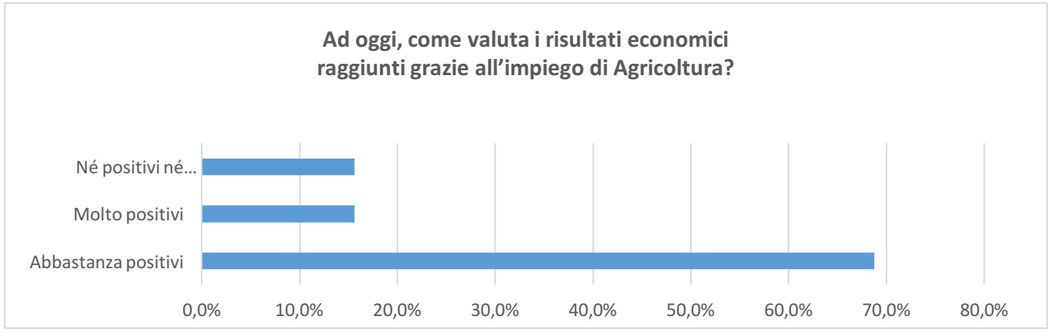
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 24 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 53 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 23 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro esprimono in modo chiaro la presenza fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Il 40 percento del campione ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Il 9 percento sostiene, invece, che la dimensione aziendale non influisca sull'adozione di tecniche di agricoltura di precisione.
Tra coloro che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, il 54 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 46 percento no.



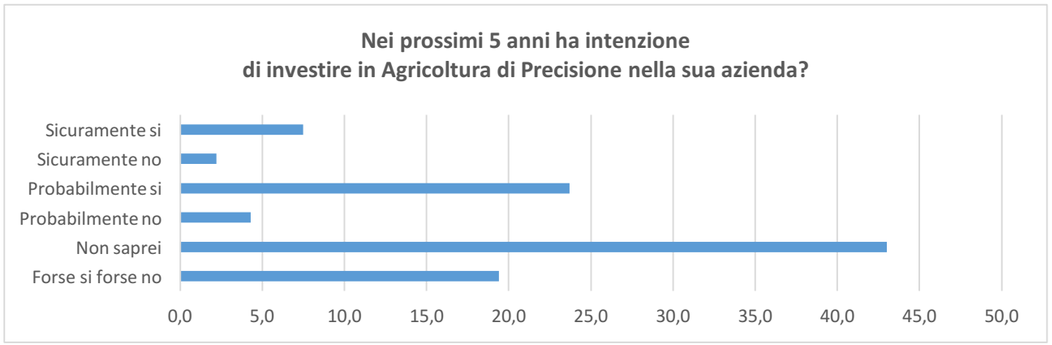
Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tali tecniche, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche (92 percento). L'8 percento è poco soddisfatto.

Dall'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp risulta che l'84% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Il 16% rileva risultati né positivi né negativi.

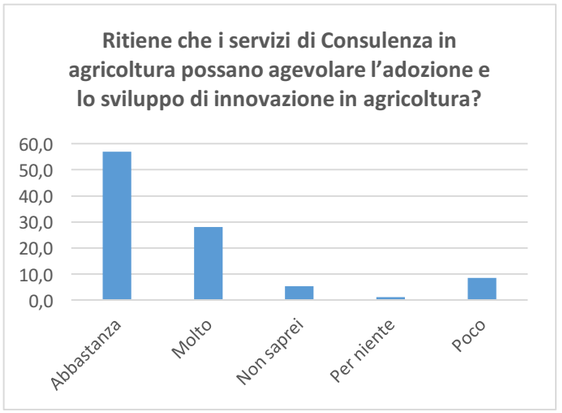


Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 31,2% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 6,5 percento invece è ancora diffidente e non investirà in questa direzione. Circa il 62,4% degli utenti è ancora incerto e non ha ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come il 90 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 10 percento sa di cosa si tratta.



Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.



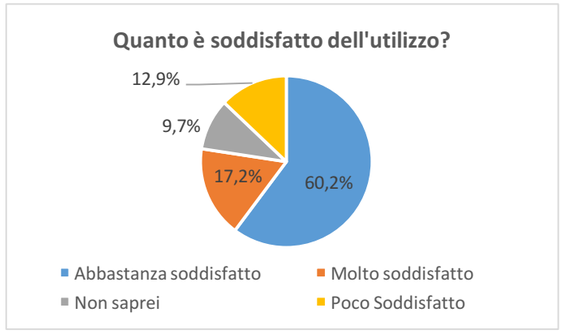
A riguardo, infatti, l'85 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 10 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (60 percento) contro il 9 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Meno di 1 azienda su 4 utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre più di 3 aziende su 4 non si avvalgono di questi strumenti.

Toscana

In Regione Toscana, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 6,5 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 20 percento sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, il 77 percento del campione toscano ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 4 percento lo ritiene poco importante. Il 19 percento non si esprime.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 23 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 43 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 34 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro richiamano palesemente fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

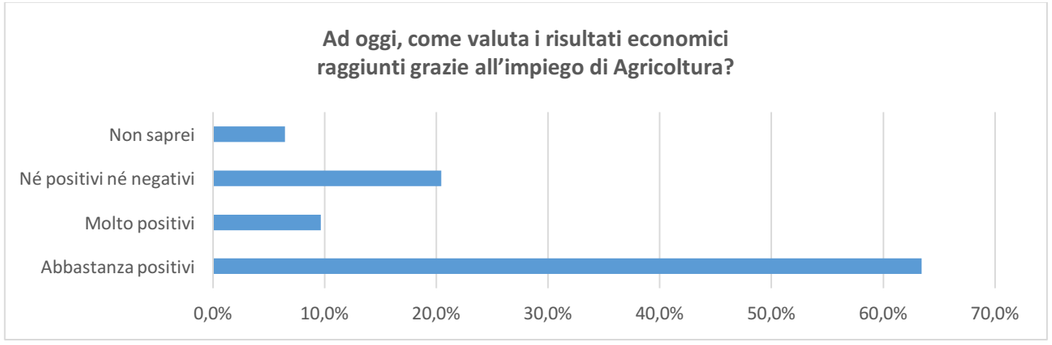
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Quasi la metà del campione (47 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. L'8 percento ritiene che la dimensione aziendale non influisce sull'adozione di tecniche di Adp.



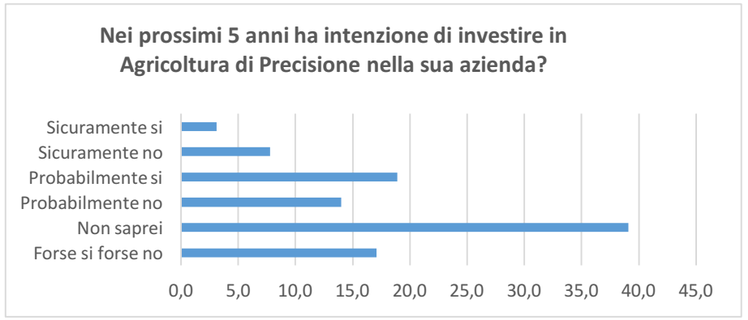
Per le aziende che hanno già adottato tali tecniche, il 37 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 63 percento no.

Sempre in riferimento a coloro che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente un'ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche (77 percento). Il 13 percento è poco soddisfatto.

Dall'analisi sui risultati economici conseguiti grazie all'impiego di tecniche di Adp risulta che il 73% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Il 20% rileva risultati né positivi né negativi.

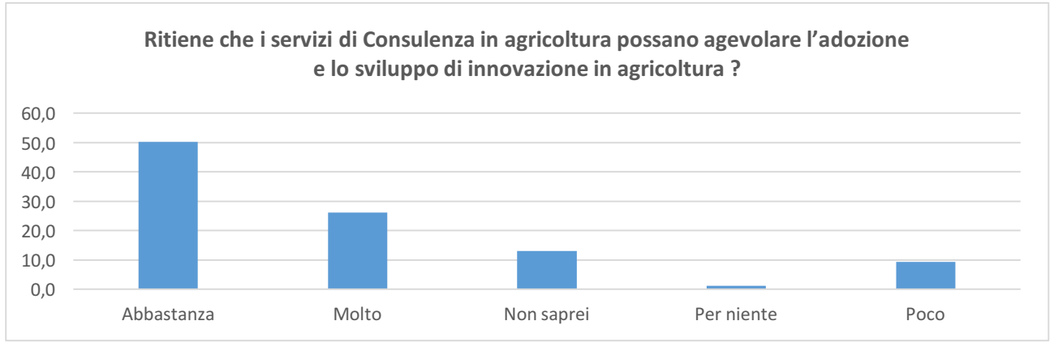


Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 22% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 22 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tecniche di Adp. Circa il 56% degli utenti è incerto e non ha ancora una posizione.



Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come l'87 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 13 percento sa di cosa si tratta.

Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.



A riguardo, infatti, il 76 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 10,5 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (46 percento) contro il 15 percento che intende non avvalersene.

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Più di 1 azienda su 3 utilizza i social network per promuovere la propria azienda, mentre quasi 2 aziende su 3 non si avvalgono di questi strumenti. Una percentuale comunque superiore alla media nazionale.

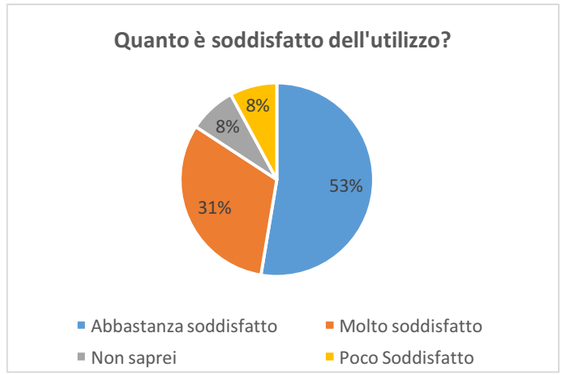
Trentino Alto Adige

In Trentino Alto Adige, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 5,6 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 25,2 percento sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, l'85,5% percento del campione del Trentino Alto Adige ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 3,2 percento lo ritiene poco importante. Il 10 percento non si esprime.

In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 26,3 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 38,5 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 35,3 percento è poco informato.

Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro testimoniano l'esistenza di fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

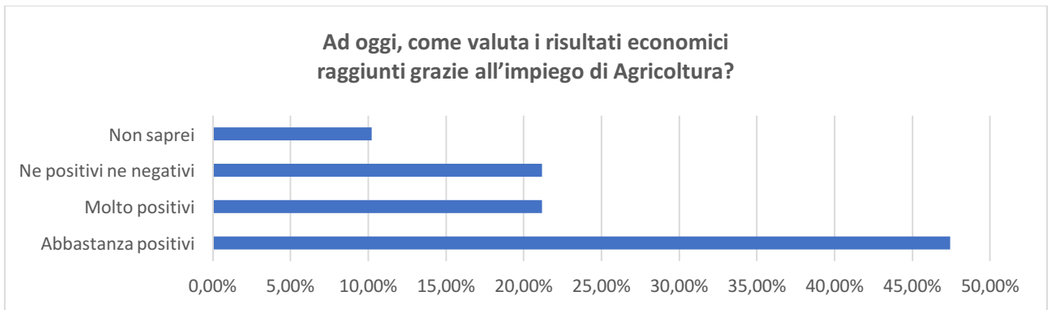
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Più della metà del campione (57 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tali tecniche. Il 6 percento sostiene che la dimensione aziendale non influisca sull'adozione di tecniche di agricoltura di precisione.



Per coloro che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, il 40 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 60 percento no.

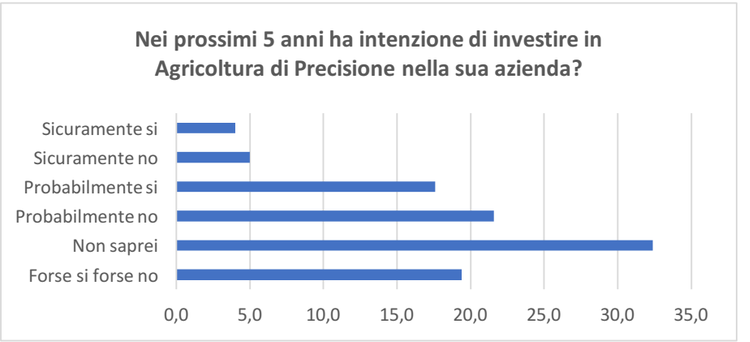
Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione (84 percento). Solo l'8 percento è poco soddisfatto.

Dall'analisi sui risultati economici conseguiti, il 68% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Il 21% non rileva risultati né positivi né negativi.



Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 21,6% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 26,6 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tale direzione. La metà degli utenti è ancora incerto e non ha ancora una posizione.

Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come il 92 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale dello 0,5% percento sa di cosa si tratta.



Fondamentale risulta essere il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

A riguardo, infatti, circa l'81 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 10,8 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (52,9 percento).

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Circa 1 azienda su 5 utilizza i social network per promuovere la propria azienda.

Umbria

In Regione Umbria, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari all' 1,8 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 22,7 percento sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, il 70,4% percento del campione umbro ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 5,7 percento lo ritiene poco importante. Il 21,6 percento non si esprime.

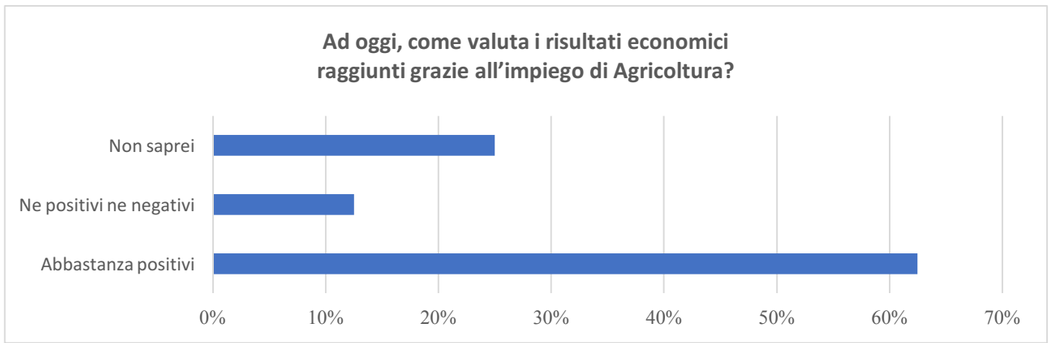
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 27,3 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 37,5 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 35,2 percento è poco informato.

Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro esprimono fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.

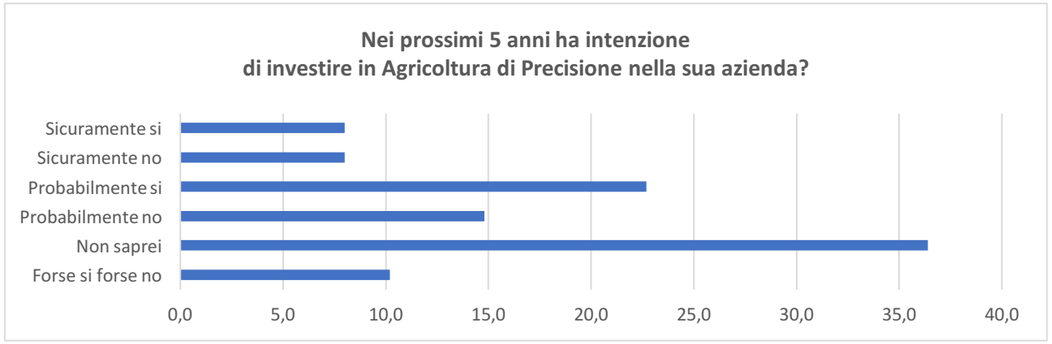
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Più di due terzi del campione (67 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Il 5,7 percento sostiene che la dimensione aziendale non influisce sull'adozione di tecniche di agricoltura di precisione.

Per le aziende che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, il 25 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 75 percento no.
Sempre tra coloro che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche di Adp (75 percento). Il 25 percento non si esprime.

Dall'analisi sui risultati economici, il 63% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Il 13% non rileva risultati né positivi né negativi.



Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 30,7% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 22,8 percento invece è ancora diffidente e non investirà in questa direzione. Circa il 46,6% degli utenti è ancora incerto e non ha ancora una posizione.



Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come l'89 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 5% percento sa di cosa si tratta.

Fondamentale risulta essere il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

A riguardo, infatti, circa il 76 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 15 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (54 percento).

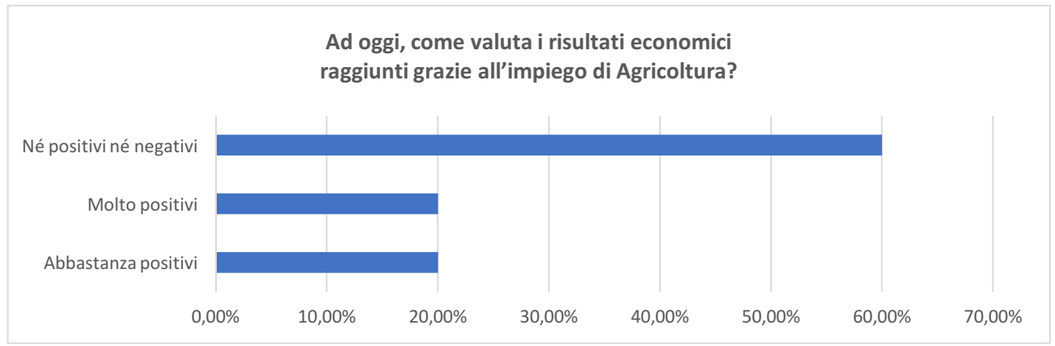
Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Circa 1 azienda su 4 utilizza i social network per promuovere la propria azienda.

Valle D'Aosta

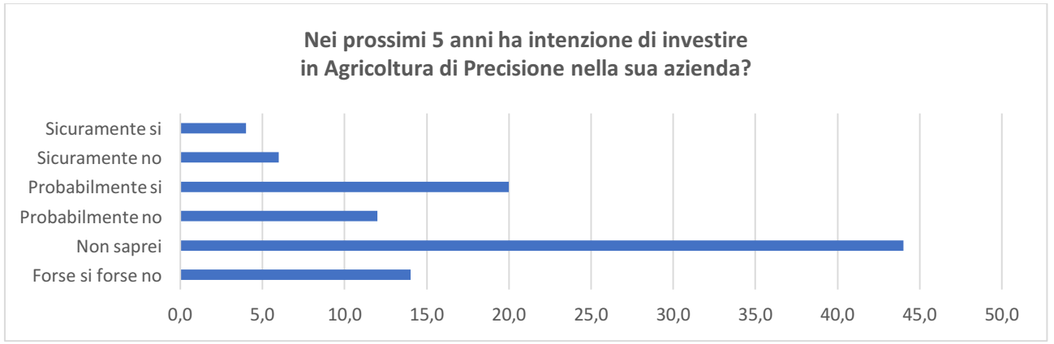
In Valle D'Aosta, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari all' 1 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 26 percento sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, l'80% percento del campione valdostano ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 2 percento lo ritiene poco importante. Il 18 percento non si esprime.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 20 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 58 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 22 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro sottolineano in modo evidente fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Quasi la metà del campione (46 percento) ritiene che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Il 4 percento ritiene che la dimensione aziendale non influisce sull'adozione di tecniche di agricoltura di precisione.
Tra coloro che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, il 20 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte dell'80 percento no.

Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche (80 percento). Il 20 percento è poco soddisfatto.

Dall'analisi dei risultati economici conseguiti il 40% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Il 60% non rileva risultati né positivi né negativi.

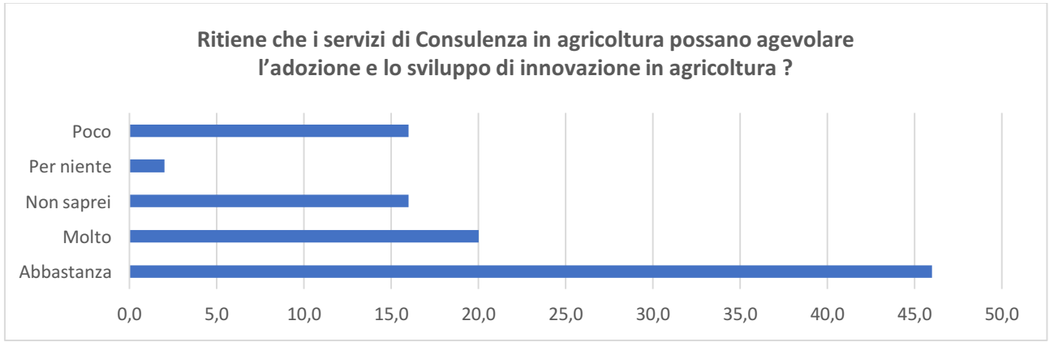


Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 24% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 20 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tale direzione. Circa il 56% degli utenti è incerto e non ha ancora una posizione.



Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come il 77 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre solo una percentuale residuale del 3% percento sa di cosa si tratta.

Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.



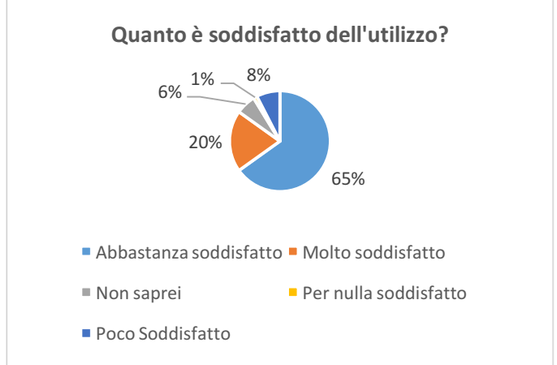
A riguardo, infatti, circa il 66 percento ritiene la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 18 percento che invece la ritiene per niente utile o poco utile. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (40 percento).

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Circa 1 azienda su 4 utilizza i social network per promuovere la propria azienda.

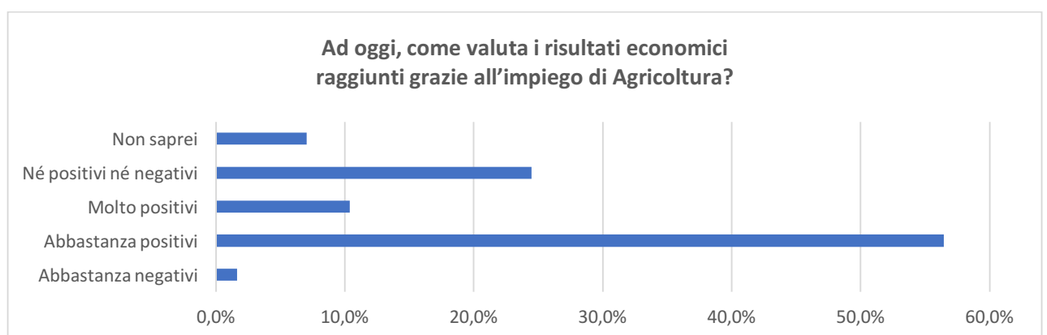
Veneto

In regione Veneto, l'analisi dei fabbisogni sul tema dell'innovazione ha interessato complessivamente un campione pari al 14,3 percento del totale nazionale composto quasi esclusivamente da aziende agricole, agroalimentari e agroforestali. Di queste, il 21,6 percento sono condotte da un giovane. Entrando nel dettaglio di quanto emerso nell'analisi dei fabbisogni regionali, l'85,6% percento del campione veneto ritiene l'adozione di innovazioni in agricoltura un elemento importante per le proprie imprese. Solo il 2,7 percento lo ritiene poco importante. Il 10,2 percento non si esprime.
In merito al grado di conoscenza delle tecniche di agricoltura di precisione, il 41,1 percento del campione risulta abbastanza informato o molto informato su questi argomenti, mentre, il 29 percento non ne ha mai sentito parlare o non è per nulla informato. Il 29,9 percento è poco informato.
Questi valori, se da un lato evidenziano una crescente apertura verso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione, dall'altro testimoniano la presenza di fabbisogni informativi e di consulenza al fine di garantire una maggiore diffusione delle conoscenze sull'argomento.
Una posizione consolidata nell'opinione del campione interessato, riguarda la relazione tra dimensione aziendale e adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Due aziende su tre (68,3 percento) ritengono che le aziende di piccole dimensioni abbiano maggiori difficoltà nell'adozione di tecniche di agricoltura di precisione. Il 6,6 percento pensa che la dimensione aziendale non influisca sull'adozione di tecniche di agricoltura di precisione.
Tra coloro che hanno già adottato tecniche di agricoltura di precisione, il 31 percento si è avvalsa di corsi di formazione, mentre, la restante parte del 69 percento no.

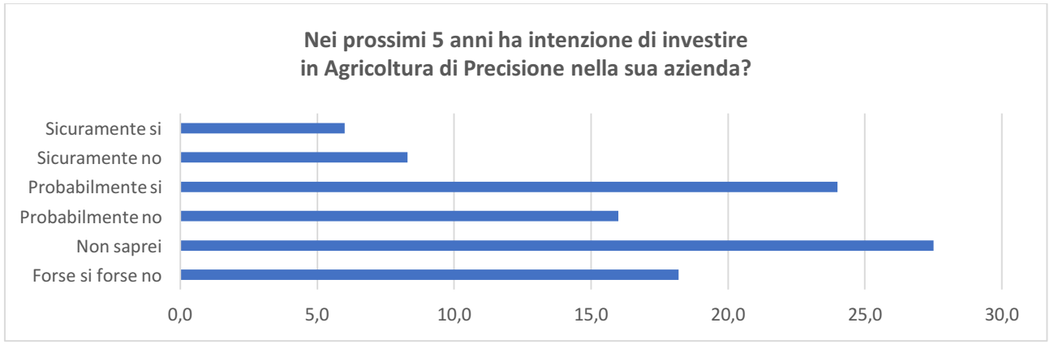
Sempre in riferimento alle aziende che hanno già adottato tecniche di Adp, è evidente una ampia soddisfazione nell'utilizzo di tali tecniche di Adp (85 percento). L'8 percento è poco soddisfatto.



Dall'analisi dei risultati economici conseguiti, 56,4% degli utenti rileva risultati abbastanza positivi sul fronte economico. Il 24,5% non rileva risultati né positivi né negativi.



Ponendo uno sguardo al futuro, circa il 30% degli utenti intende investire nei prossimi 5 anni in Agricoltura di precisione nella propria azienda. Il 24 percento invece è ancora diffidente e non investirà in tale direzione. Circa il 46% degli utenti è incerto e non ha ancora una posizione.



Entrando poi nel vivo delle politiche a supporto dell'adozione di innovazioni in agricoltura emerge come l'87 percento del campione non conosca ancora il modello Akis, mentre, solo una percentuale residuale del 3% percento sa di cosa si tratta.

Fondamentale risulta essere, secondo il campione coinvolto, il ruolo dei servizi di consulenza in agricoltura nell'adozione e sviluppo delle innovazioni.

A riguardo, infatti, circa il 77 percento sostiene che la consulenza aziendale molto utile ed abbastanza utile, contro il 14,5 percento che invece la considera per niente utile o poco utile. Questi risultati si traducono in un orientamento del campione nell'adozione dei servizi di consulenza nei prossimi anni (45 percento).

Infine, ancora poco evidente appare l'orientamento degli utenti intervistati verso i social network per le attività di promozione delle proprie aziende. Circa 1 azienda su 5 utilizza i social network per promuovere la propria azienda.

SWOT Analysis che emerge dall'Analisi dei Fabbisogni

I risultati emersi dall'analisi implementata sul campione complessivo di oltre 5.400 tra aziende agricole, agroalimentari ed agroforestali oltre ad altri *player* interessati, ha fatto emergere alcuni spunti interessanti che sono stati sintetizzati nella matrice Swot che segue.

La matrice si sofferma sui pilastri che secondo il campione compongono i punti di forza (Strengths), punti di debolezza (Weaknesses), opportunità (Opportunities) e minacce (Threats).

STRENGTHS

↑ redditività

↑ efficacia ed efficienza input produttivi

Potenziamento ruolo AKIS nella futura programmazione

WEAKNESSES

- difficoltà adozione per micro e piccole aziende

- scarso ricorso a formazione e consulenza.

OPPORTUNITIES

↑ competitività

↓ costi di produzione

Ruolo della consulenza

THREATS

Gestione del dato

Rischio di crescita divario digitale tra territori e/o tipologie di aziende

SWOT Analysis Nazionale

Nel panorama nazionale, lo sforzo profuso nell'analisi degli AKIS ha portato a definire un quadro che fa emergere spunti interessanti che possono essere sintetizzati in una matrice SWOT del modello AKIS nazionale. Come la precedente, effettuata sull'indagine primaria, questa matrice si sofferma su ciò che compone i punti di forza (Strengths), punti di debolezza (Weaknesses), opportunità (Opportunities) e minacce (Threats) dei rapporti prodotti sull'AKIS. Quindi, si tratta di una sintesi delle analisi presenti nella letteratura, utile a confrontare l'analisi condotta con un raffronto generale.

STRENGTHS

- Alto numero e diffusione territoriale degli attori nelle componenti AKIS;
- Network esistenti tra istituzioni;
- Radicamento delle imprese agricole al tessuto locale in cui operano;
- Disponibilità territoriale di strutture utili alla diffusione delle innovazioni;
- Nuove professionalità emergenti (esempio: innovation advisor);
- Solidità strutturale del sistema di formazione e discreto numero di utenti raggiunti dalle attività;
- Maggiore attenzione dedicata all'AKIS nella programmazione PAC (2014-2020).

WEAKNESSES

- Debolezza dei rapporti tra i nodi dei network per sviluppare l'AKIS;
- Scarsa disponibilità di risorse specifiche;
- Poche statistiche o indagini sul livello di innovatività delle imprese e sui loro fabbisogni di innovazione;
- Scarso utilizzo degli strumenti tecnologici disponibili;
- Carente competenza metodologica del personale afferente ai soggetti AKIS in relazione ai nuovi approcci bottom-up e partecipativi;
- Processi amministrativi per i finanziamenti AKIS nell'ambito delle politiche europee troppo complessi;
- Difficoltà di infrastrutturazione nelle aree più periferiche e marginali;
- Diffusione insufficiente di conoscenza tecnica e di tecnologie innovative.

OPPORTUNITIES

- Reti europee tematiche sull'AKIS;
- Ampia offerta per il supporto alla diffusione dell'innovazione (es. agricoltura di precisione);
- Approccio Strategico della PAC 2021-2027 e focus dedicato all'AKIS;
- Disponibilità di strumenti come i contratti di rete;
- Space economy nazionale e sviluppo di servizi operativi innovativi basati sulle necessità emerse dalle interazioni con le comunità.

THREATS

- Competizione per l'utilizzo delle risorse tra le diverse componenti del sistema;
- Scarso collegamento delle innovazioni disponibili con i bisogni delle imprese e dei territori;
- Governance delle politiche agricole diversa da quella dei fondi che si occupano di conoscenza e innovazione;
- Rischio di sottovalutare le esigenze specifiche delle Regioni e dei territori rurali in presenza di una programmazione basata su di un unico Piano Strategico;
- Carenza di esperienza procedurale delle istituzioni pubbliche per la nuova strategia PAC;
- Rischio di crescita divario digitale tra territori e/o tipologie di aziende;
- Progressiva riduzione degli stanziamenti pubblici a livello nazionale per ricerca e sviluppo.

Le attività di Coldiretti sul fronte Innovazione e Consulenza

Il quadro di contesto descritto nelle pagine precedenti evidenzia l'importanza dell'innovazione in campo agricolo e dei servizi di consulenza aziendale a supporto della competitività e sostenibilità del tessuto produttivo e dell'intero comparto.

In tale direzione si innesta il percorso portato avanti, ormai da diversi anni, da Coldiretti sul tema dell'Innovazione con la Rete Nazionale degli *Innovation Advisor* Coldiretti sullo Sviluppo rurale e sulla Consulenza aziendale con la Rete di società Psr&Innovazione. Andando in ordine, l'*Innovation Advisor* è una figura professionale prevista dalla programmazione europea per promuovere il trasferimento di conoscenze e innovazione nel sistema delle imprese agricole. Nella definizione comune tracciata dalla Commissione europea, esso rappresenta un "progettista e facilitatore dell'innovazione" con il compito di favorire la costituzione di Gruppi Operativi (GO) per la formazione di partenariati per l'innovazione. Il tutto si inserisce all'interno delle opportunità tracciate dalla Politica Agricola Comune 2014-2020 e in particolare con le Sottomisure 16.1 e 16.2 dei Programmi di sviluppo rurale.

Il Partenariato Europeo per l'Innovazione (PEI) traccia, infatti, un nuovo approccio territoriale allo sviluppo dell'innovazione in agricoltura di cui l'*Innovation Advisor* è soggetto catalizzatore, collegando tra loro i diversi attori coinvolti, supportando operativamente le proposte progettuali relative a specifici problemi e necessità delle imprese agricole e fornendo loro le proprie competenze per la costituzione di partenariati a livello locale.

Il ruolo di questa nuova figura professionale, su cui Coldiretti si è mossa sin da subito avviando un percorso formativo volto alla creazione di una propria **Rete Nazionale degli *Innovation Advisor* Coldiretti sullo Sviluppo rurale**, è cruciale per far sì che le innovazioni introdotte attraverso il Gruppo operativo siano effettivamente rispondenti alle esigenze delle aziende agricole, tarate sulle loro reali necessità e messe a disposizione del sistema imprenditoriale.

Tra le attività chiave di ciascun Gruppo Operativo, infatti, spiccano la divulgazione dei risultati dei progetti di innovazione e lo scambio di *best practices*. Una finalità rilevante che Coldiretti ha colto creando – in linea con gli obiettivi comunitari – una piattaforma interna alla propria Rete di *Innovation advisor* per favorire lo scambio di esperienze e la divulgazione di pratiche innovative. Queste attività si integrano – senza dubbio - nel nuovo sistema di Consulenza ed Innovazione in agricoltura tracciato dal Modello AKIS, su cui nel nuovo periodo di programmazione si intende puntare in modo deciso.

Sul fronte Consulenza aziendale, infatti, si cita l'esperienza della **Rete di società Psr&Innovazione**, nata per supportare le aziende agricole in tutta Italia con una diffusione capillare sul territorio nazionale. L'obiettivo è quello di rispondere alle reali necessità di consulenza delle aziende agricole con un approccio *bottom-up* (dal basso verso l'alto), che parta dai reali fabbisogni del tessuto produttivo.

Psr&Innovazione fornisce consulenza alle imprese agricole, agroalimentari e agroforestali per aumentarne la competitività e sostenibilità, in linea con gli obiettivi della futura PAC strettamente connessi al Green Deal europeo, la tabella di marcia dell'Unione europea per rendere sostenibile l'economia europea.

Si tratta, in altre parole, di una consulenza su misura per le singole aziende agricole che riguarda temi rilevanti, tra i quali:

- competitività,
- innovazione e agricoltura di precisione (Adp),
- progetti di sviluppo,
- sostenibilità ambientale,
- benessere animale,
- sicurezza sul lavoro,
- insediamento dei giovani agricoltori,
- diversificazione,
- gestione del rischio
- e altro.

I casi pratici appena illustrati testimoniano il percorso intrapreso ormai da diverso da Coldiretti sul fronte dell'Innovazione e della Consulenza aziendale, a supporto dei reali fabbisogni del tessuto produttivo agricolo e nel quadro tracciato dalla Politica agricola comune.

Finanziato dal programma Imcap dell'Unione europea.
Le opinioni espresse nella presente pubblicazione sono quelle dell'autore che ne assume la responsabilità esclusiva.
La Commissione non è responsabile dell'eventuale uso delle informazioni in essa contenute.

COLDIRETTI