

SCHEDA DI SINTESI INIZIALE

TITOLO

in italiano - FRUVERCOM - Modelli di comunicazione (e di educazione alimentare) per promuovere il consumo di ortofrutta e la cooperazione tra produttori.

TITOLO:

in inglese - FRUVERCOM - Communication (and food education) models to promote fruit and vegetable consumption and cooperation between producers

EDITOR: Massimo Brusaporci – Ri.Nova soc. coop.

RESPONSABILE ORGANIZZATIVO:

il responsabile della stesura del progetto e del coordinamento delle attività

Nome: Massimo

Cognome: Brusaporci

e-mail: mbrusaporci@rinova.eu

Ente di appartenenza: Ri.Nova soc. coop.

PARTNERS DI PROGETTO COSTITUENTI L'HUB DI INNOVAZIONE INDICARE PER OGNUNO:

Ruolo	Ente di appartenenza	Categoria
Capofila	Ri.Nova	Organismo di ricerca
Partner effettivo	Università Cattolica (UNICATT)	Organismo di ricerca
Partner effettivo	Astra	Organismo/Soggetto prestatore di consulenza
Partner effettivo	CSO Italy	Organismo/Soggetto prestatore di consulenza
Partner effettivo	Cooperdiem	Organismo/Soggetto prestatore di consulenza
Partner effettivo	Viva	AOP
Partner effettivo	Sapori di Romagna	OP
Partner effettivo	Agribologna	OP
Partner effettivo	Romandiola	AOP

CICLO DI VITA PROGETTO: Data Inizio: 01/10/2025/ Data fine: 31/03/2027

COSTO TOTALE euro 99.953,40

ABSTRACT

Obiettivi del progetto

Il progetto FRUVERCOM intende analizzare e sviluppare modelli innovativi di comunicazione per il settore ortofrutticolo, valorizzandone i benefici nutrizionali, ambientali ed economici. Attraverso il confronto tra partner, saranno identificate criticità e buone pratiche, con l'obiettivo di rafforzare il ruolo degli agricoltori e promuovere scelte alimentari più consapevoli. Il progetto fornirà raccomandazioni e linee guida per future strategie condivise di comunicazione di filiera.

Descrizione sintetica delle singole azioni del progetto

- **Esercizio della cooperazione**

Ri.Nova, in qualità di capofila del progetto FRUVERCOM, coordina tutte le azioni previste, assicurando una gestione efficace dell'hub dell'innovazione. Si occupa della pianificazione generale, del monitoraggio delle attività e del supporto ai gruppi di lavoro, avvalendosi del proprio personale esperto nel coordinamento di progetti complessi a livello nazionale e internazionale. Per garantire il buon funzionamento del progetto, sarà istituito un **Comitato di Progetto (CP)** composto dal Responsabile Organizzativo e da almeno un referente per ciascuna Unità Operativa coinvolta. Il CP svolgerà funzioni di monitoraggio e indirizzo strategico, riunendosi con cadenza regolare. Durante tutto il percorso, Ri.Nova sarà responsabile del controllo avanzamento lavori, della valutazione dei risultati intermedi, dell'identificazione di eventuali scostamenti e della proposta di azioni correttive. Il Responsabile Organizzativo definirà inoltre una strategia di controllo per garantire il rispetto delle tempistiche e degli obiettivi progettuali.

- **Realizzazione e gestione di punti di ascolto, accoglienza e incubatori di idee per le imprese, allo scopo di far emergere e individuare le idee innovative per il settore agricolo e forestale**

L'attività si articola in due fasi complementari: da un lato l'organizzazione di focus group tematici (FG) finalizzati a raccogliere esperienze, criticità e proposte sulle tre priorità strategiche del progetto (competitività, salute e cambiamenti climatici); dall'altro, l'attivazione di gruppi di lavoro (GdL) per sviluppare modelli condivisi e strumenti operativi che pongano le basi per una comunità di pratica stabile nel settore ortofrutticolo.

I focus group, dedicati agli obiettivi OS2, OS9 e OS4, coinvolgeranno attori della filiera, esperti e stakeholder in momenti di confronto partecipativo, con l'obiettivo di elaborare raccomandazioni comuni e idee per strategie future. L'attività sarà introdotta da un seminario iniziale e conclusa da un seminario finale di restituzione e validazione, utile a raccogliere gli elementi per una Carta dei Valori o Manifesto di Filiera.

I gruppi di lavoro tratteranno temi chiave per il futuro dell'hub: governance e sostenibilità economica, comunicazione strategica, rapporto tra filiera e mercato, e strumenti digitali per l'innovazione. Ogni gruppo svilupperà output concreti (es. modelli organizzativi, linee guida comunicative, proposte relazionali e tecnologie applicabili), contribuendo a costruire una visione condivisa e operativa per rafforzare la competitività, la cooperazione e la sostenibilità del comparto ortofrutticolo.

- **Organizzazione di interventi formativi, informativi, dimostrativi e di consulenza integrati tra loro e diretti alle imprese**

L'azione prevede la definizione di un sistema integrato di interventi formativi, informativi,

dimostrativi e di consulenza rivolti in particolare a OP/AOP e produttori ortofrutticoli, per rafforzare le competenze su comunicazione, marketing e posizionamento strategico.

Sarà istituito il Gruppo di Lavoro “Competenze, aggiornamento, conoscenza”, incaricato di individuare contenuti prioritari, format efficaci (seminari, laboratori, pillole digitali, ecc.) e linee guida per una futura offerta formativa modulare e accessibile. Il GdL opererà in coerenza con le esigenze emerse dai focus group e dagli altri GdL, contribuendo a colmare il divario tra concetti e applicazioni concrete.

L'output sarà una proposta operativa di programma formativo e consulenziale, replicabile anche in sinergia con enti formativi e altri progetti già attivi sul territorio, a supporto duraturo delle imprese della filiera ortofrutticola.

Riepilogo risultati attesi

Il progetto FRUVERCOM si propone di produrre risultati concreti sotto forma di analisi condivise, raccomandazioni strategiche e strumenti metodologici a supporto della comunicazione nel settore ortofrutticolo. L'obiettivo generale è di contribuire alla costruzione di una visione comune per il rilancio del comparto, fondata su pratiche comunicative più efficaci, coordinate e sostenibili.

Attraverso la realizzazione di focus group tematici, organizzati sugli Obiettivi Specifici della PAC (OS2/3, OS9, OS4), saranno raccolti dati qualitativi su esperienze, criticità e fabbisogni comunicativi della filiera. I gruppi di lavoro approfondiranno aspetti operativi come la definizione di un piano di comunicazione condiviso, un possibile modello organizzativo per un hub di filiera e le condizioni di sostenibilità economico-finanziaria di future iniziative comuni. Saranno identificate buone pratiche replicabili, con attenzione a strumenti digitali, marketing educativo e narrazione di filiera.

I risultati attesi includono documenti di lavoro con taglio operativo e metodologico, quali un piano di comunicazione, un manifesto dei valori, il modello organizzativo dell'hub di innovazione, l'analisi economico-finanziaria e i meccanismi di funzionamento dell'hub. Il progetto offrirà una base solida per future implementazioni, stimolando la nascita e il mantenimento di una comunità di pratica orientata all'innovazione della comunicazione e alla cooperazione di filiera. Inoltre, si produrrà una proposta di programma integrato di aggiornamento per le imprese, con mappa dei fabbisogni e raccomandazioni operative.

Risultati principali

- Un **manifesto** dei valori condivisi fra i partner,
- Un'analisi sul possibile **modello organizzativo e di funzionamento** dell'hub di innovazione. (propedeutico alla costituzione della comunità di pratica).
- Una proposta di **programma integrato di aggiornamento per le imprese**, inclusa una mappa dei fabbisogni e raccomandazioni operative.

Principali benefici/opportunità apportate dal progetto, con particolare riferimento ai destinatari diretti, al territorio/filiera o agli utenti del servizio di supporto.

Il progetto FRUVERCOM vuole configurarsi come un punto di svolta per il settore ortofrutticolo, mirando a costruire una visione comune per il rilancio del comparto, fondata su pratiche comunicative più efficaci, coordinate e sostenibili.

Per i destinatari diretti (imprese ortofrutticole, OP/AOP e produttori agricoli) e la filiera:

- **Rafforzamento della competitività e del posizionamento sul mercato:** Analizzando e sviluppando modelli innovativi di comunicazione, il progetto intende accrescere la visibilità e il riconoscimento del valore dei prodotti, contribuendo a riequilibrare i rapporti di forza nella catena del valore. Si favorisce così l'adozione di strumenti che supportano l'aggregazione

dell'offerta e l'accesso a mercati più remunerativi.

- Miglioramento della credibilità e reputazione, in particolare sulla sostenibilità: Il progetto affronta il tema climatico sotto il profilo comunicativo, sostenendo la valorizzazione delle buone pratiche ambientali e incentivando una narrazione collettiva più consapevole, trasparente e credibile. Questo impegno concreto può essere premiato dai consumatori in termini di fiducia e preferenza d'acquisto.
- Costruzione e mantenimento di una comunità di pratica: FRUVERCOM stimola la collaborazione tra gli attori della filiera – produttori, ricercatori, consulenti ed esperti – creando uno spazio di riflessione strategica e di elaborazione condivisa. Questa rete è orientata all'innovazione della comunicazione e alla cooperazione, promuovendo un'azione più coesa.
- Definizione di una base valoriale e strategica condivisa: Attraverso un percorso partecipativo, si mira alla stesura di una Carta dei Valori o Manifesto di Filiera e alla definizione di un programma strategico di comunicazione comune. Vengono inoltre proposte la struttura e le modalità di funzionamento di un futuro hub di innovazione.
- Identificazione di buone pratiche e strumenti metodologici: con questo progetto si intende anche raccogliere esperienze, criticità e fabbisogni comunicativi, identificando buone pratiche replicabili, con attenzione a strumenti digitali, marketing educativo e narrazione di filiera.

Per gli utenti del servizio di supporto (principalmente le imprese e OP/AOP):

- Aggiornamento delle competenze e supporto operativo: L'azione B del progetto si focalizza sul colmare il divario che incontrano le imprese nel tradurre i concetti di comunicazione e marketing in strategie operative efficaci. Il progetto definisce contenuti e format, proponendo un programma integrato di aggiornamento che include una mappa dei fabbisogni e raccomandazioni operative.

Inoltre, il progetto porta benefici anche ai consumatori:

- Incentivo a scelte alimentari più salutari, consapevoli e sostenibili: attraverso l'analisi e lo sviluppo di modelli di comunicazione e educazione alimentare, il progetto mira a promuovere il consumo di frutta e verdura, rafforzando la relazione tra produttori e cittadini.

In sintesi, FRUVERCOM vuole fornire analisi condivise, raccomandazioni strategiche e strumenti metodologici fondamentali per la filiera ortofrutticola italiana per affrontare le criticità attuali e costruire un futuro più coeso, competitivo, resiliente e sostenibile.

ABSTRACT

Project objectives

The FRUVERCOM project aims to investigate and develop innovative communication models for the fruit and vegetable sector. The primary goal is to improve the perception of value among consumers and foster conscious and lasting consumption of fruit and vegetables. The project addresses critical issues like decreasing consumption, the need to enhance producers' credibility and reputation by including environmental values, and the fragmentation of current promotional strategies. It seeks to strengthen the link between producers and consumers and develop communication strategies to reposition fruit and vegetables as desirable, accessible, and valuable. Specifically, the project aims to analyze current communication strategies, identify best practices, propose effective solutions to reinforce the role of farmers, incentivize healthier and more sustainable food choices, and analyze collaboration models within the supply chain for more coordinated communication. It is aligned with PAC Specific Objectives OS2/3 (Competitiveness) by improving producer positioning, OS9 (Food & Health) by promoting healthy and conscious consumption, and OS4 (Climate Change) by promoting the communication of sustainable practices.

Description of project activities

The project involves an "Exercise of Cooperation" led by RI.NOVA as the coordinating body, including monitoring and managing project activities through a Project Committee. Key activities are structured in two main actions:

Action A: Realization and management of listening points and idea incubators.

This includes:

A.1. Organization and realization of focus groups (FG) covering key themes related to communication strategies and conscious consumption, particularly linked to OS2, OS9, and OS4. These FGs aim to generate innovative ideas, foster dialogue, build the community of practice, and reach consensus on communication guidelines. The FGs are complemented by initial and final seminars.

A.2. Creation of a Community of Practice (CdP) through working groups (GdL). At least three GdLs will be activated focusing on: "Strumenti e modelli organizzativi per l'azione comune" (governance and economic sustainability of a future hub), "Comunicazione strategica e valori condivisi" (shared values, manifesto, strategic communication plan), and "Filiera, mercato e relazione con il consumatore" (supply chain dynamics, market positioning, consumer relationship). These groups aim to develop a shared strategic document.

Action B: Design of integrated training, information, demonstration, and consulting interventions for businesses. A dedicated working group will define priority content, effective formats, and propose an integrated program to help businesses translate communication concepts into effective operational strategies.

Expected results

The project expects to produce concrete results in the form of shared analyses, strategic recommendations, and methodological tools for communication in the fruit and vegetable sector. Key outputs include work documents with an operational and methodological focus such as a communication plan, a "manifesto of values", an organizational model for an innovation hub, and an economic-financial analysis of the hub's mechanisms. Qualitative data on partner experiences, criticalities, and communication needs will be gathered through focus groups, leading to the identification of replicable good practices. The project also aims to stimulate the birth and maintenance of a community of practice focused on communication innovation and supply chain cooperation. Finally, Action B is expected to yield a proposal for an integrated update program for businesses, including a map of training needs and operational recommendations. These results

provide a solid foundation for future implementation initiatives.

OPZIONALE

INFORMAZIONI ADDIZIONALI

Informazioni relative a specifici contesti nazionali/regionali che potrebbero essere utili a scopi di monitoraggio.

COMMENTI ADDIZIONALI in italiano

Campo libero per commenti aggiuntivi del beneficiario relativi ad es. a elementi che possono facilitare o ostacolare l'applicazione dei risultati, o relativi a suggerimenti futuri.

COMMENTI ADDIZIONALI in inglese