



Ilaria Marchionne

# Azioni di informazione, formazione e visite aziendali

*WP10, WP11, WP12*

*Lab Center for Generative Communication – Direttore: Luca Toschi*

Firenze, 24 marzo 2022

## Il video racconto delle attività del Lab CfGC



# Indice della presentazione

1. Il Lab Center for Generative Communication
2. scientia Atque usus (sAu)
3. Il paradigma generativo per comunicare l'innovazione e il trasferimento tecnologico in Europa
4. La stagione della progettazione bottom-up
5. Work Package 10 - Azioni di informazione (Sottomisura 1.2)
6. Work Package 11 - Azioni di formazione (Sottomisura 1.1)
7. Work Package 12 – Visite aziendali (Sottomisura 1.3)

# Il Lab Center for Generative Communication

*Per una comunicazione generativa di valore*

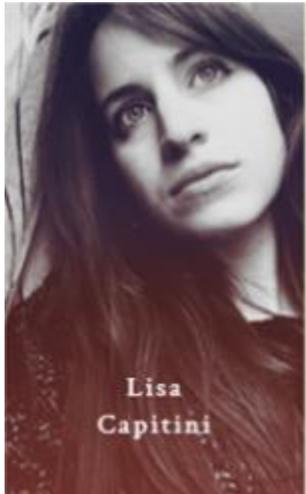
Il gruppo di ricerca del Lab Center for Generative Communication (Lab CfGC) - diretto da Luca Toschi - realizza **consulenze di comunicazione** attivando collaborazioni con istituzioni, associazioni e imprese in aree di intervento diverse

Ogni progetto è realizzato utilizzando il **modello della Comunicazione Generativa**, attraverso lo sviluppo di strategie di *community building* per creare comunità di valori, di interessi e di obiettivi

Ogni progetto mira a ideare e sviluppare un'innovazione fondata sulla cooperazione tra il mondo scientifico (**scientia**) e il tessuto sociale, economico e culturale dei territori d'intervento (**usus**)

# Il Lab Center for Generative Communication

*Per una comunicazione generativa di valore*



# Il Lab Center for Generative Communication

*Per una comunicazione generativa di valore*

La Comunicazione Generativa, ideata e sviluppata da Luca Toschi, è un modello di analisi e di progettazione della comunicazione a forte valenza organizzativa

Il gruppo di ricerca applica la Comunicazione Generativa nei propri progetti per individuare, aggregare e motivare i portatori d'interesse intorno ad obiettivi e valori comuni

Il coinvolgimento dei portatori d'interesse è il primo passo per costruire una strategia di community building che sia alla base di una comunicazione di qualità



# Il Lab Center for Generative Communication

*Per una comunicazione generativa di valore*

Il Lab CfGC lavora per:

- **intercettare i bisogni (percepiti e non)** provenienti dal tessuto socio-economico
- **costruire tavoli di lavoro transdisciplinari** facendo convergere ricercatori e esperti da diverse aree scientifiche
- **progettare interventi di innovazione** in risposta ai bisogni del territorio

# Il Lab Center for Generative Communication

*Per una comunicazione generativa di valore*

Alcuni dei progetti del Lab Center for Generative Communication

SURveillance on Childhood and **ADOLESCENT CANcer** (SUCHADOCAN)

- partner: Istituto per lo Studio, la Prevenzione e la Rete Oncologica (ISPRO), Agenzia Regionale di Sanità, Università di Firenze

La comunicazione Generativa nel **Servizio Sanitario Regionale**

- partner: Regione Toscana, Federsanità ANCI Toscana

Migrant **Children's Participation in Education and Healthcare** (Progetto PRIN)

- partner: Azienda Ospedaliero Universitaria Meyer

Who is Afraid of **Childbirth**

- partner: Dipartimento Materno Infantile, Azienda Ospedaliero Universitaria Careggi

Il **Centro di Ascolto Oncologico** come motore di costante innovazione per il Sistema Sanitario Regionale

- partner: Istituto per lo Studio, la Prevenzione e la Rete Oncologica (ISPRO)

# Il Lab Center for Generative Communication

*Per una comunicazione generativa di valore*

Alcuni dei progetti del Lab Center for Generative Communication

Gruppi operativi in Toscana:

- **Card** - Una coltura a basso impatto ambientale per la riqualificazione delle aree marginali agricole in un'ottica di bioeconomia
- **Olimpolli Montagnani** - Aumento della produttività olivicola attraverso l'impollinazione assistita
- **Tinia** - Agricoltura di precisione per le PMI cerealicole
- **Ioconciv** - Introduzione e ottimizzazione di tecniche e sistemi per il controllo non chimico della flora infestante

# Il Lab Center for Generative Communication

*Per una comunicazione generativa di valore*

Alcuni dei progetti del Lab Center for Generative Communication

## Lo **sviluppo rurale in Toscana:**

- Analizzare l'impatto sociale e comunicativo delle misure agro-climatico-ambientali del PSR 2014-2020
- La comunicazione generativa per il PSR 2014-2020 della Regione Toscana
- Studio sui bisogni d'innovazione nel vivaismo

## Progetti **nazionali:**

- L'olivo gentile. Lo splendore ignorato delle ulivete (con l'Associazione Nazionale Città dell'Olio)

## Progetti **europei:**

- LIFE Pastoralp - Pastures vulnerability and adaptation strategies to climate change impacts in the Alps

# scientia Atque usus (sAu)



È un progetto di comunicazione e di **costruzione di Comunità** che riguarda la **cultura, la politica, la società e l'economia**

L'obiettivo è valorizzare i saperi e le competenze alla base dell'**attività quotidiana di tutte le persone (usus)**, favorendo la collaborazione con il **mondo della Ricerca (scientia)**, per un progetto di società condiviso e partecipato

# Il paradigma generativo per comunicare l'innovazione e il trasferimento tecnologico in Europa

## Problema

Il modello comunicativo promosso oggi dall'Unione Europea tende a affermare e a replicare dinamiche esclusivamente top-down e unidirezionali, sia quando si rivolgono alla società civile e alle istituzioni politiche, che al mondo della ricerca e al tessuto produttivo

## Obiettivo della ricerca

Definire e proporre il paradigma generativo come modello comunicativo per ridefinire in maniera significativa la **centralità delle PMI all'interno dei processi comunicativi** e, di conseguenza, **produttivi incentivati dall'UE**

# Un approccio partecipativo alla progettazione in ambito agricolo: il PEI-AGRI

«Fra gli obiettivi operativi del PEI vi è quello di fungere da efficace collegamento tra la ricerca e la tecnologia più all'avanguardia e i soggetti interessati, tra cui gli agricoltori, le imprese, l'industria, i servizi di consulenza e le ONG. Ciò dovrebbe contribuire a tradurre i risultati della ricerca in innovazione effettiva, a trasferire più rapidamente l'innovazione nella pratica, a fornire un ritorno sistematico di informazione dalla pratica alla scienza sui bisogni di ricerca, a rafforzare lo scambio di conoscenze e a diffondere la consapevolezza della necessità di unire le forze per investire nell'innovazione Sostenibile»

(Commissione europea, COM/2012/79, p.5)

## La stagione della progettazione bottom-up

I Gruppi Operativi (GO) rappresentano gli strumenti maggiormente esecutivi del PEI-AGRI, creati principalmente per sviluppare innovazione e trasferimento tecnologico all'interno del settore agroalimentare e forestale.

Lo scopo principale dei Gruppo Operativi, infatti, è quello di individuare, applicare, promuovere e divulgare soluzioni relative a problematiche specifiche inerenti alle attività quotidiane delle imprese agricole che operano in differenti contesti economici, oltre che in situazioni territoriali spesso molto diverse da paese a paese o persino da regione a regione, come nel caso italiano

## **Work Package 10 - Azioni di informazione (Sottomisura 1.2)**

### **Incontri tematici**

Il Lab Center for Generative Communication ha ideato e organizzato **2 incontri tematici** finalizzati a divulgare i risultati progressivi del progetto. A causa della crisi pandemica, i due incontri sono stati realizzati online e sono stati suddivisi in più date.

### **Website del progetto**

Il Lab Center for Generative Communication ha ideato, progettato, realizzato e aggiornato il website del progetto [www.autofitoviv.eu](http://www.autofitoviv.eu)

### **Profilo Facebook del progetto**

Il Lab Center for Generative Communication ha realizzato un'apposita strategia di comunicazione social che ha animato il profilo facebook del progetto [www.facebook.com/goautofitoviv](https://www.facebook.com/goautofitoviv)

## **Work Package 11 - Azioni di formazione (Sottomisura 1.1)**

### **Corso di formazione Tecniche di autocontrollo e di riconoscimento tempestivo di fitopatologie o di parassiti**

Le 3 edizioni dei corsi avevano l'obiettivo di fornire agli imprenditori, ai dipendenti e agli operai attivi in realtà produttive del settore del vivaismo ornamentale le competenze di base necessarie per mettere in atto specifici protocolli di sicurezza per il riconoscimento di fitopatologie e parassiti.

**52** Partecipanti alle 3 edizioni dei corsi  
**42** Ore di didattica erogate nelle 3 edizioni dei corsi

## Work Package 11 - Azioni di formazione (Sottomisura 1.1)

### Corso di formazione **Gestione fitosanitaria sostenibile dell'azienda vivaistica**

Le 3 edizioni dei corsi avevano l'obiettivo di fornire agli imprenditori, ai dipendenti e agli operai attivi in realtà produttive del settore del vivaismo ornamentale gli elementi base per imparare a gestire non solo le emergenze fitosanitarie, ma anche ad applicare metodi alternativi di difesa nell'ottica di una strategia colturale sostenibile.

**52** Partecipanti alle 3 edizioni dei corsi

**42** Ore di didattica erogate nelle 3 edizioni dei corsi

## Work Package 11 - Azioni di formazione (Sottomisura 1.1)

### Workshop Elementi di comunicazione

Le 2 edizioni del workshop aveva l'obiettivo di fornire agli imprenditori, ai dipendenti e agli operai attivi in realtà produttive del settore del vivaismo ornamentale gli elementi base per imparare a gestire eventuali criticità riscontrate nelle proprie aziende dal punto di vista comunicativo interno ed esterno.

**23** Partecipanti alle 2 edizioni dei workshop

**24** Ore di didattica erogate nelle 2 edizioni dei workshop

## Work Package 12 – Visite aziendali (Sottomisura 1.3)

### Visite aziendali

Il Lab Center for Generative Communication ha organizzato 4 visite aziendali presso alcune delle aziende vivaistiche coinvolte dal “Gruppo Operativo AUTOFITOVIV”.

Le attività miravano ad aggiornare gli imprenditori agricoli, gli operatori e tutti gli attori coinvolti nella filiera florovivaistica sullo stato di avanzamento del progetto e, soprattutto, sui risultati ottenuti dalle sperimentazioni condotte dai partner delle aziende vivaistiche coinvolte.

**38** Partecipanti alle 4 visite aziendali

**12** Ore di attività realizzate nelle 4 visite aziendali

## Work Package 12 – Visite aziendali (Sottomisura 1.3)

### Visite aziendali

- Visita #1 – Prove di lotta ai nematodi in contenitore
- Visita #2 – Trappole per insetti alieni e Captaspore per il monitoraggio di oidii e ruggini
- Visita #3 – Contenimento delle infestanti
- Visita #4 – Lotta alla *Cydia molesta* su *Photinia* in contenitore e indicazioni per il monitoraggio tempestivo per gli eriofidi su cipresso

**Φab**  
Generative Communication



**PIN**

Grazie!

Ilaria Marchionne  
Ilaria.marchionne@unifi.it