

Toolkit N°2

Raggiungere gli agricoltori e la popolazione rurale per la transizione digitale e verde



Co-funded by
the European Union

Il progetto Transform Together Fund è cofinanziato dall'UE. Le opinioni e i pareri qui espressi sono unicamente quelli dell'autore (o degli autori) e non riflettono necessariamente il punto di vista ufficiale dell'Unione europea o della Commissione europea. Né l'Unione europea né la Commissione europea possono esserne ritenute responsabili.

Innovazioni sociali per una transizione equa, verde e digitale, un progetto del Fondo Transform Together

PROBLEMA

Si osserva che i principali gruppi target dell'economia sociale sono rimasti indietro nella transizione verde e digitale in Europa. Ciò è particolarmente vero per i più vulnerabili: microimprenditori, persone a basso reddito, migranti, donne. Essi non dispongono delle conoscenze e delle competenze necessarie per introdurre soluzioni digitali e/o verdi che potrebbero espandere la loro attività e/o renderli più e resilienti ai cambiamenti climatici e alle minacce ambientali.

SOLUTION

Il progetto Transform Together Fund ha affrontato queste questioni sostenendo gli attori della finanza sociale nella progettazione, sperimentazione e attuazione di soluzioni che possono aiutare i gruppi target a colmare il divario.

In questo toolkit presentiamo dieci organizzazioni lungimiranti (Adie — Francia, Confeserfidi — Italia, Coopfin — Italia, FAER — Romania, FDPA — Polonia, Microlab — Italia, Filbo/OMRO — Romania, SIS Credit — Bulgaria, 3Bank — Serbia, Patria Credit — Romania), che hanno sviluppato soluzioni pratiche per aiutare i microimprenditori e gli agricoltori, in particolare quelli appartenenti a gruppi vulnerabili, a rafforzare le loro capacità verdi e digitali.

[Il progetto Transform Together Fund](#), cofinanziato dall'Unione Europea, è stato realizzato dal Microfinance Centre (MFC) e da Cerise+SPTF da agosto 2023 a luglio 2025. Nove organizzazioni hanno ricevuto sovvenzioni fino a 50.000 euro per testare iniziative pilota in diversi contesti locali, e inoltre Patria Credit ha condiviso con il progetto la sua storia ispiratrice di costruzione di partnership e iniziative innovative.

Oltre al finanziamento, MFC e Cerise+SPTF hanno offerto ai beneficiari l'opportunità di partecipare a corsi di formazione e scambi tra pari con incontri in loco a Parigi, Varsavia e Bruxelles, sessioni mensili di apprendimento tra pari, sessioni trimestrali di coaching e supporto regolare.

Importanza dello sviluppo delle competenze digitali per i gruppi vulnerabili

Gli imprenditori stanno affrontando la trasformazione digitale con una serie di successi e sfide. Tuttavia, i progressi rimangono lenti, in particolare per i microimprenditori, gli agricoltori e le donne.

*L*Fattori limitanti

Mancanza di competenze digitali: i microimprenditori spesso non hanno il tempo, il denaro o le risorse umane per investire in strumenti digitali o formazione, hanno un accesso limitato al supporto IT o ai consulenti digitali. Le loro competenze digitali sono spesso autodidattiche e incentrate sulle esigenze aziendali immediate. Hanno preoccupazioni riguardo alla sicurezza dei dati.

Mancanza di consapevolezza: a causa di un significativo divario di conoscenze sui vantaggi della digitalizzazione, della mancanza di consapevolezza o comprensione, molti microimprenditori non stanno pianificando investimenti in soluzioni digitali.

Divario di genere: le donne, in particolare, presentano notevoli lacune in termini di competenze digitali. Le microimprenditrici spesso mostrano livelli di alfabetizzazione digitale inferiori rispetto ai loro colleghi maschi, il che può ostacolare la loro capacità di competere

|| Toolkit N°2 - Coinvolgere gli agricoltori e la popolazione rurale nella transizione digitale e verde

Questo toolkit si concentra su approcci innovativi per aiutare i clienti rurali e gli agricoltori di tutta Europa a sviluppare competenze verdi e digitali. Descrive strumenti o approcci innovativi implementati da 5 organizzazioni in Europa: SIS Credit (Bulgaria), 3Bank (Serbia), FDPA (Polonia), FAER (Romania), Patria (Romania).

1. Utilizzo di strumenti digitali per mettere in contatto gli agricoltori

2.1 Ecosistema di supporto digitale. Servizi olistici per i clienti vulnerabili - SIS Credit (Bulgaria).

2.2 Una firma per gli agricoltori. I finanziamenti agrari digitale e la nuova E-ID - 3Bank (Serbia).

2.3 Coltivare la crescita digitale. Abbattere le barriere all'innovazione digitale – Patria (Romania).

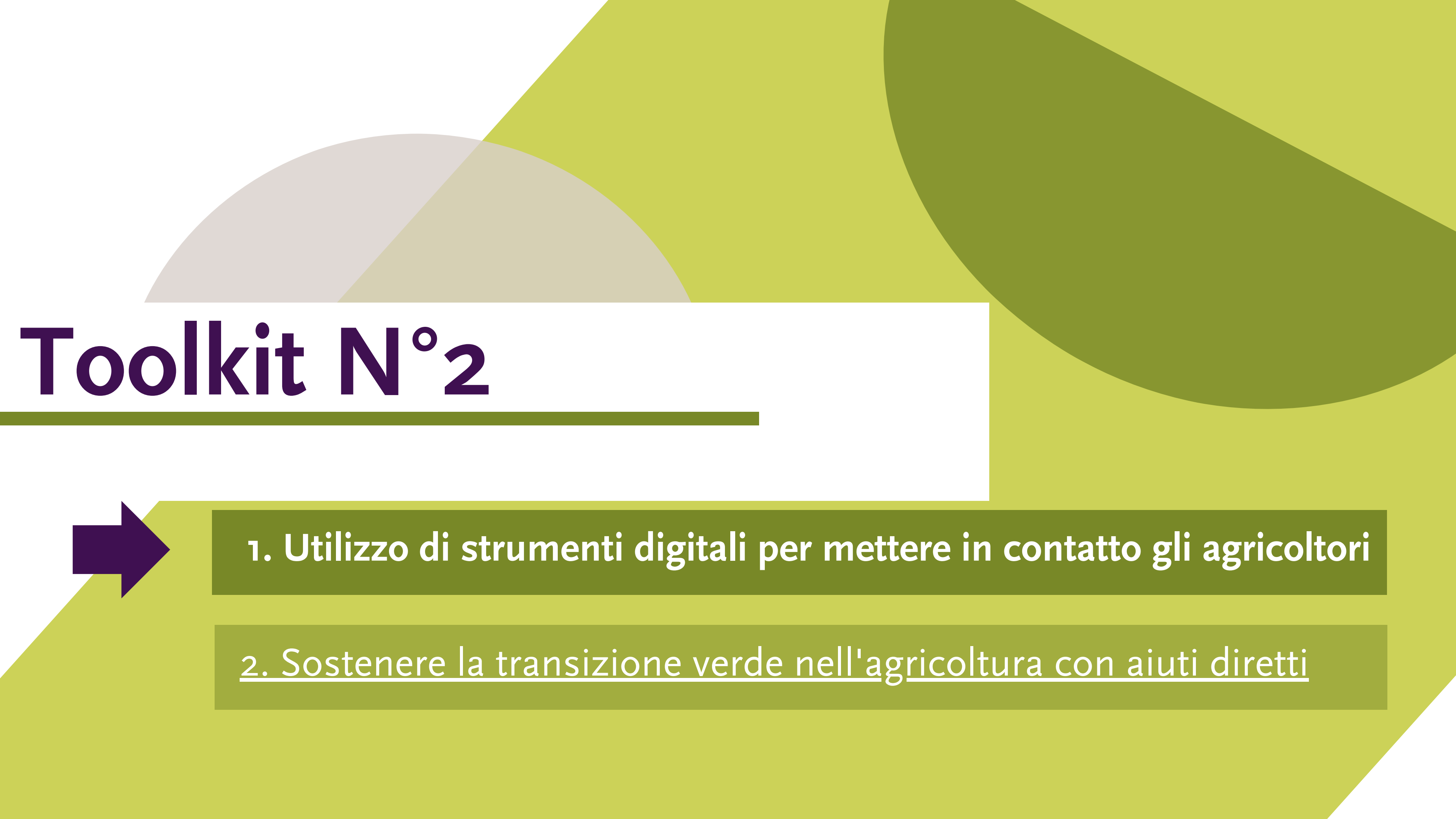
2. Sostenere la transizione verde nell'agricoltura con aiuti diretti

2.4 Transizione digitale e green. Migliorare l'efficienza delle imprese rurali in Polonia – FDPA (Polonia).

2.5 La vita con la nostra terra. La gestione del suolo per un'agricoltura sostenibile – FAER (Romania).

2.6 Sfruttare il Potenziale. Supportare la transizione verde con la tecnologia – Patria Credit (Romania).

Lezioni apprese
dal progetto



Toolkit N°2



1. Utilizzo di strumenti digitali per mettere in contatto gli agricoltori

2. Sostenere la transizione verde nell'agricoltura con aiuti diretti



Ecosistema di supporto digitale

Servizi olistici per i clienti vulnerabili

PROBLEMA

I clienti vulnerabili faticano ad accedere a soluzioni green su misura e a informazioni sui finanziamenti UE, e offrire un supporto personalizzato è costoso.

SOLUZIONE

Una piattaforma digitale intuitiva con strumenti IA e un supporto umano che consente di accedere a informazioni personalizzate.

Una procedura centrata sul cliente

Nello sviluppo del suo prodotto di prestito digitale per i clienti vulnerabili, SIS Credit ha dato la priorità alla creazione di una applicazione che fosse chiara e semplice. Li ha anche coinvolti attivamente nella fase di sperimentazione, durante la quale ha raccolto dei feedback preziosi che hanno modellato e migliorato la piattaforma finale.

La soluzione è stata progettata per incrementare le capacità dei clienti in quattro aree chiave:

- Adottare pratiche sostenibili e digitali sia al lavoro che nella vita di tutti i giorni
- Orientarsi nella richiesta di prestiti tramite una piattaforma online facile da usare
- Migliorare l'alfabetizzazione finanziaria, comprese la gestione del bilancio e la restituzione dei prestiti
- Esplorare gli strumenti IA, le soluzioni sostenibili e le opportunità di finanziamenti UE per le start-up.

Sviluppo della soluzione digitale

Il fulcro della trasformazione di SIS Credit è stata una robusta piattaforma digitale progettata pensando sia ai clienti che al personale. Tra le caratteristiche principali:

- Il Portale Cliente

La lezione imparata

Il percorso ha offerto informazioni importanti a SIS Credit:

- La trasformazione digitale occupa molto tempo e richiede una leadership dedicata e una persona di riferimento per la gestione del progetto
- La stretta collaborazione e dei controlli di routine con i partner IT esterni semplificano l'implementazione
- Sviluppare uno strumento di prestito automatizzato per i clienti vulnerabili significa trovare il giusto equilibrio tra automazione e supporto umano
- Assicurarsi che lo strumento abbia un linguaggio chiaro, senza tecnicismi, è un aspetto essenziale per promuovere l'inclusione dei clienti vulnerabili
- Simulazioni regolari e feedback dei clienti sono fondamentali per un design intuitivo
- I clienti spesso sono più pronti del previsto ad abbracciare il digitale
- Sia la digitalizzazione che l'integrazione IA sbloccano nuove efficienze e stanno diventando indispensabili per gli IFM che vogliono creare un vantaggio competitivo.

Successes

Cosa hanno pensato i clienti?

Il lancio pilota ad aprile 2025 ha

rappresentato una pietra miliare: tutte le componenti tecniche erano operative

Portale clienti

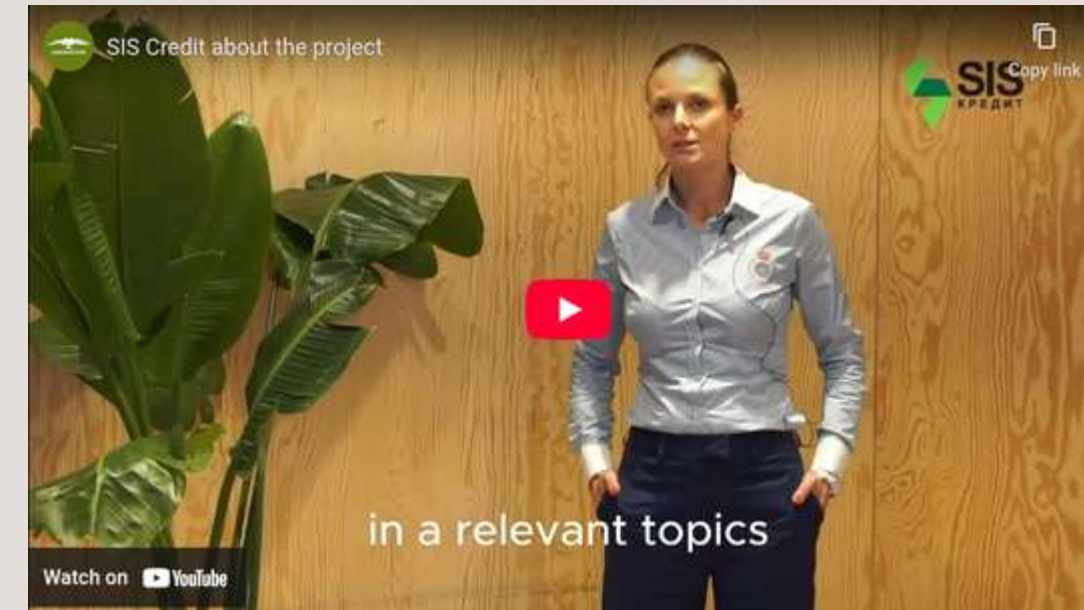
Потребителски, Ипотечни и Бизнес кредити

СИС кредит е небанкова институция която предлага кредитиране и експертни съвети на физически и юридически лица при изгодни условия. Вашият финансов партньор

 СИС Кредит /



Video del caso di studio



Abbracciare il cambiamento

Nel corso del progetto, i responsabili dell'innovazione digitale sono stati incoraggiati dal vedere che la maggior parte dei consulenti ha risposto positivamente a questo grande cambiamento. Anche se qualcuno inizialmente era titubante a passare dall'approccio tradizionale all'adozione totale della nuova procedura digitale, si è trattato di una parte naturale della transizione e il loro feedback è stato prezioso per perfezionare i tentativi di supporto e formazione.

Per superare questo ostacolo e aumentare la motivazione, i consulenti sono stati incoraggiati ad adottare la procedura di prestito digitale tramite un programma di ricompense della durata di un mese. In questo modo, ben il 70% dei consulenti ha abbracciato i prestiti digitali. Sulla scia di questo successo, il piano di incentivi 2025 ora include degli obiettivi legati alla percentuale di prestiti erogati digitalmente nel segmento dell'agricoltura. 3Bank ha inoltre annunciato il concorso "Digital Champion" (campione digitale), con ricompense in denaro per i migliori tre consulenti dell'anno che hanno erogato il maggior numero di prestiti digitali.

Raccomandazioni

Ad altre organizzazioni che scelgano un progetto di digitalizzazione simile, 3Bank consiglia innanzitutto di stabilire un solido business case prima

Sfida dell'inclusione digitale

In Romania, circa il 44% della popolazione vive in aree rurali e il paese ha il numero più alto di aziende agricole nell'UE. La maggior parte sono piccole aziende a conduzione familiare (il 98% di esse ha meno di 10 ettari), e solo il 40% produce oltre il proprio fabbisogno. Questa struttura unica crea difficoltà nell'accesso ai servizi finanziari standard, poiché le banche tradizionali richiedono documenti che molti piccoli agricoltori non possono fornire.

Di conseguenza, le aree rurali registrano bassi livelli di investimento e opportunità limitate di crescita economica. Anche le competenze digitali sono limitate. Ad esempio, prima del COVID-19, Patria Credit ha rilevato che solo il 5% dei suoi clienti aveva un indirizzo e-mail proprio, facendo spesso affidamento su parenti o autorità locali per la comunicazione digitale.

Combinata con livelli di istruzione più bassi e accesso limitato a internet ad alta velocità e opportunità di formazione, questa situazione fa sì che gli agricoltori manchino sia dell'esposizione che della motivazione per sviluppare competenze digitali, ampliando ulteriormente il divario di competenze. Per affrontare questo problema, Patria Credit ha deciso di concentrarsi sull'innovazione digitale per favorire la crescita aziendale. Riconoscendo che la digitalizzazione è un percorso a lungo termine, Patria Credit cerca attivamente partnership ed esplora costantemente soluzioni innovative per supportare i propri clienti.

"In Patria Credit, siamo impegnati a fare

Sfide

- Adozione iniziale lenta degli strumenti digitali e dei sistemi POS
- Bassi livelli di alfabetizzazione digitale tra gli agricoltori
- Infrastrutture limitate nelle aree rurali
- Necessità di formazione continua e costruzione della fiducia

Spunti pratici

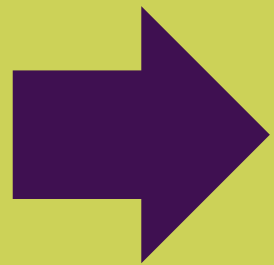
Le lezioni chiave includono l'importanza del supporto continuo e dei benefici chiaramente visibili per incoraggiare l'adozione. L'introduzione dei sistemi POS si è dimostrata più efficace quando accompagnata da formazione pratica e da un ingresso a costo zero nella fase iniziale. Per quanto riguarda le piattaforme digitali, la fiducia tra agricoltori e rivenditori cresce quando i processi sono trasparenti e i pagamenti affidabili. Sebbene i costi iniziali siano stati coperti da partnership strategiche, il modello è stato successivamente adattato a strutture a basso costo per garantirne la sostenibilità nel lungo periodo.

Lezioni



Toolkit N°2

1. Utilizzo di strumenti digitali per mettere in contatto gli agricoltori



2. Sostenere la transizione verde nell'agricoltura con aiuti diretti

Aumentare la visibilità

La FDPA ha creato dei contenuti interessanti per Meta e Instagram per mettere in evidenza i prossimi webinar e altri elementi di interesse (come notizie, strumenti online, dati e tanto altro). Ha anche condotto una serie di 5 campagne di inserzioni sui social per garantire la più ampia copertura possibile per i suoi servizi.

In conseguenza di questi sforzi, nel corso dell'anno, le visite alla sua pagina su Meta sono aumentate del 158% e i follower sono cresciuti del 22%. Le interazioni con i contenuti sono aumentate del 115% e i click dell'881%. Anche il profilo Instagram della FDPA, precedentemente inattivo, ha visto un aumento simile dell'engagement, con la copertura aumentata del 70.000% e il numero di visite del 1.230%.

Webinar per aziende e agricoltori rurali

Sono stati offerti dei webinar gratuiti su quattro argomenti diversi relativi all'agricoltura sostenibile, ciascuno della durata di 2,5 ore. In tutti i casi, il numero dei partecipanti ha superato le aspettative iniziali della FDPA. Dopo ogni webinar, i partecipanti hanno risposto a un sondaggio post-evento che ha permesso loro di avere la possibilità di suggerire argomenti che avrebbero voluto trattare nei webinar futuri. Sono state rese disponibili le registrazioni per chi non era riuscito a partecipare (o per chi aveva partecipato, ma desiderava rivederle).

Argomento del

Coaching per le competenze digitali

Alcuni imprenditori rurali selezionati hanno ricevuto un coaching personalizzato sulle competenze aziendali digitali di base da parte del personale della FDPA presso gli uffici regionali. I partecipanti rappresentavano una varietà di settori, come sanità, turismo, alimentari e servizi tecnici. La loro preparazione digitale era molto varia: qualcuno era del tutto escluso dalla sfera digitale (tre di loro non avevano una e-mail e cinque non avevano i social), mentre altri gestivano già dei siti web e utilizzavano strumenti di marketing digitale basilari.

Ciascun partecipante ha tratto beneficio da almeno una forma di supporto digitale personalizzato. Numerosi imprenditori hanno poi lanciato delle pagine su Meta o migliorato la loro visibilità online con post e contenuti generati tramite strumenti IA, come ChatGPT e Canva. Nelle sessioni di coaching sono stati affrontati vari argomenti, dalla diagnosi e l'inventario degli strumenti digitali, all'esplorazione di opportunità per la digitalizzazione, alla padronanza di semplici soluzioni digitali. I partecipanti hanno appreso gli elementi basilari della gestione di un profilo Meta, come creare post coinvolgenti con l'aiuto dell'IA e come usare in modo efficace vari strumenti di comunicazione. In ciascun caso, lo scopo era partire dal loro livello e supportarli a compiere con fiducia il passo successivo nel loro percorso digitale.

Per quanto riguarda il webinar sulle emissioni ridotte, il 92% non aveva mai usato prima un calcolatore delle emissioni ma, dopo aver partecipato, il 96% ne ha riconosciuto il valore.

Le formazioni di persona sono state apprezzate per l'approccio pratico e per l'applicabilità immediata, soprattutto per le attività agricole quotidiane. Per la FDPA, i webinar sono stati più utili per raggiungere un pubblico più ampio, mentre i coaching sono stati ideali per coloro con competenze digitali minime. La FDPA mira a continuare a combinare questi approcci, usando il personale sul campo come "ambasciatore digitale" per un supporto concreto e pratico.

Tuttavia, il coaching e la formazione di persona restano difficili da erogare. Gli impegni degli agricoltori rendono complicato l'arruolamento e i microimprenditori faticano a trovare tempo per le sessioni (spesso rinviando o annullano). Inoltre, dal momento che questi programmi fanno affidamento su personale appassionato sul territorio, la FDPA seleziona attentamente quelle sedi che dimostrano passione per la fornitura di servizi non finanziari.

Cosa ha aiutato?

Second

Serie di webinar



[Link al webinar: Innovazioni nell'agricoltura di precisioneon of Digital Solutions in Precision Agriculture](#)



[Link al webinar: IA per il successo delle piccole imprese](#)



[Link al webinar: Soluzioni non chimiche per la protezione delle colture](#)



[Link al webinar: Agricoltura a basse emissioni](#)

Raccomandazioni

Ad altre organizzazioni che scelgano iniziative simili, FAER consiglia di:

- **Raccogliere i feedback:** Gli strumenti per raccogliere il feedback di persona hanno permesso di avere dettagli maggiori e più approfonditi rispetto agli strumenti digitali. Gli agricoltori non si fidano della tecnologia, soprattutto quelli delle aree rurali più remote.
- **Garantire il coinvolgimento organizzativo:** La comunicazione continua con la direzione e il personale è cruciale per evitare errori e incomprensioni (moduli perduti, equivoci, sforzi inutili e altro).

Prossimi passi

In futuro, FAER immagina di:

- **Offrire soluzioni pratiche:** Offrendo un supporto non finanziario (tramite sovvenzioni) agli agricoltori per migliorare la qualità del suolo
- **Abbinare dei finanziamenti:** Entro i prossimi quattro anni, FAER punta a sviluppare un prodotto misto di

Costruire la resilienza agricola

In Romania, circa il 44% della popolazione vive in aree rurali, dove la maggior parte delle aziende agricole è di piccole dimensioni e a conduzione familiare – il 98% ha meno di 10 ettari. Queste micro e nano aziende agricole affrontano molteplici sfide: accesso limitato all'irrigazione, suoli degradati e costi crescenti di sementi, fertilizzanti e carburante, tutti fattori che riducono la redditività.

Nonostante rappresentino la spina dorsale del sistema alimentare, questi agricoltori sono anche i più esposti ai rischi climatici e di mercato – e spesso i più trascurati nelle strategie politiche e di investimento.

L'agricoltura sostenibile sta diventando sempre più cruciale, poiché la Romania affronta minacce climatiche crescenti come piogge estreme, siccità prolungate e scarsità d'acqua. Nelle regioni meridionali e orientali, siccità gravi hanno devastato colture chiave come mais e girasole, con rese diminuite del 30–50% in alcune aree – impattando direttamente il reddito agricolo e la capacità di rimborso dei prestiti.

Spunti pratici

L'esperienza di Patria mette in evidenza l'importanza dei legami con le comunità locali. Molti agenti di credito provengono da comunità agricole, il che conferisce loro una conoscenza diretta delle pratiche e delle sfide del settore. Parlano la lingua del cliente — letteralmente e in senso figurato.

La pazienza è cruciale. Non tutte le innovazioni funzionano subito, ma la perseveranza e la sperimentazione di soluzioni diverse sono fondamentali. Il passaparola e le raccomandazioni personali giocano un ruolo importante, quindi coinvolgere influencer locali può aiutare a diffondere le buone pratiche.

Il processo di onboarding deve essere estremamente semplice, e ogni timore legato alla trasparenza va affrontato il prima possibile. Anche se il concetto di “transizione verde” può sembrare opprimente, iniziare con piccoli passi gestibili è fondamentale. Infine, i costi iniziali spesso scoraggiano la partecipazione. Offrire sussidi o coprire le spese iniziali può aumentare significativamente il coinvolgimento e l'adozione.



Lezioni apprese

Cosa ha funzionato

- Diversi partner hanno sviluppato **soluzioni durature** come piattaforme digitali, formazione interna per il personale e formazione integrata per i clienti all'interno dei processi operativi (ad esempio, durante l'erogazione dei prestiti).
- I **webinar** si sono dimostrati efficaci per la **divulgazione**, ma l'interazione **faccia a faccia** è rimasta essenziale per l'**onboarding** e il **coinvolgimento continuo**.
- I beneficiari erano più propensi ad adottare nuove competenze o strumenti quando vedevano chiari **vantaggi** finanziari o operativi, potenzialmente condivisi con **esempi concreti forniti dai colleghi**.

Cosa è stato difficile

- Un ciclo di progetto di 12 mesi era spesso **troppo breve** per ottenere un solido consenso alla transizione verde o digitale, o per sviluppare e scalare completamente soluzioni innovative (ad esempio chatbot o piattaforme di e-learning).
- Molti clienti, in particolare

Il progetto Transform Together Fund è cofinanziato dall'UE. Le opinioni e i pareri qui espressi sono unicamente quelli dell'autore (o degli autori) e non riflettono necessariamente il punto di vista ufficiale dell'Unione europea o della Commissione europea. Né l'Unione europea né la Commissione europea possono esserne ritenute responsabili.



Co-funded by
the European Union

