



Una visione a lungo termine per le zone rurali dell'UE

"Le zone rurali sono il tessuto della nostra società e il cuore pulsante della nostra economia. Sono una parte fondamentale della nostra identità e del nostro potenziale economico. Noi proteggeremo e preserveremo le nostre zone rurali e investiremo nel loro futuro" è stato il messaggio principale della nuova spinta per la democrazia europea di Ursula von der Leyen, Presidente della Commissione europea.



Le zone rurali d'Europa devono favorire la partecipazione delle comunità locali, permettendo agli abitanti di prendere parte attiva ai processi di sviluppo, coinvolgendo un'ampia gamma di stakeholder e reti. E' necessario sviluppare soluzioni innovative e creative, sfruttando al massimo le

Contenuto:

Una visione a lungo termine per le zone rurali dell'UE

Prodotti/servizi innovativi sviluppati nella regione dell'Europa centrale dai partner di MaC Village:

- Risultati delle sessioni di allenamento in Germania
- Austria
- Italia
- Slovenia
- Ungheria

possibilità offerte dagli strumenti digitali e incoraggiando fortemente l'innovazione sociale.

Le zone rurali possono diventare più prospere diversificando le attività economiche in nuovi settori con effetti positivi sull'occupazione, il mantenimento della popolazione... ma ciò si deve basare su strategie economiche locali sostenibili che includano misure che rendano tali luoghi attrattivi. [Più informazioni.](#)

Con il progetto MaC Village abbiamo incoraggiato la collaborazione tra imprenditori rurali/tradizionali e imprenditori creativi al fine di sviluppare nuovi prodotti e servizi.

Prodotti/servizi innovativi sviluppati nella regione dell'Europa Centrale dai partner del progetto MaC Village

Germania

Sessioni di formazione

Un passo importante verso i risultati del progetto MaC Village è dato dalle sessioni di formazione. Il contenuto delle nostre sessioni di formazione è stato innanzitutto quello di continuare a lavorare sulle idee imprenditoriali con i partecipanti al progetto e quindi preparare l'accesso al mercato e l'attuazione delle idee d'impresa. D'altra parte, le sessioni di formazione dovevano anche servire a trasferire le conoscenze sul metodo MaC Village di Frugal Innovation e a trasmetterle e diffonderle alle aziende e ad altri soggetti interessati, come le amministrazioni locali, i potenziali replicatori e i moderatori.

Le nostre sessioni di formazione per i partecipanti al progetto si sono quindi concentrate sull'attuazione dei loro modelli di business. I modelli di business più avanzati sono stati prima analizzati nei loro vari componenti. Questi includono prodotti e gruppi target, concorrenti, contrattualizzazioni, aspetti finanziari e marketing e vendite. I **kit di supporto** selezionati sono stati poi presentati e messi a disposizione dei partecipanti per colmare eventuali debolezze specifiche. Questi strumenti hanno fornito ai partecipanti conoscenze approfondite, know-how aggiuntivo e ulteriori suggerimenti per completare la loro pianificazione aziendale. Infine, alcuni



MARKETING, DISTRIBUTION SYSTEMS



2 TAKING COOPERATION FORWARD 

PROJECT IDEA 1. (TITLE OF THE IDEA)

STATE OF THE ART ANALYSIS

- Where are we now?
- Summary of the aim of the project idea
- Summary of the organisational structure
- Summary of the market
- Summary of the financial background

2 Next steps TAKING COOPERATION FORWARD 

EUROPEAN FUNDS

- - Regional funding
- - National funding
- - Cross-border funding
- - Direct funding/allocations (regional capital)

2 TAKING COOPERATION FORWARD 

partecipanti hanno lavorato concretamente sulla loro presentazione aziendale o sul loro pitch. ... [più informazioni](#)

Qui vorremmo ringraziare come capofila soprattutto i nostri partner di progetto Regional Management Burgenland (AT) e Danube Development Transnational Group (HU) per aver avviato la concezione dei corsi di formazione e la tempestiva preparazione dell'ampio materiale formativo.

Risultati in Germania

Attualmente, le sessioni di formazione che sono già state realizzate sono in fase di valutazione. Oggi possiamo affermare per la nostra regione a sud-ovest di Berlino che le idee di business sviluppate nei workshop di innovazione potrebbero essere ulteriormente approfondite, anche se in parte sono già state portate a termine con successo.

Come risultato, presentiamo qui tre esempi. I pitch per le idee di business innovative sono versioni ancora in via di ultimazione. Le versioni video finali devono ancora essere aggiustate per quanto riguarda le norme di pubblicità:

La prima idea di business consiste nell'offrire workshop e incentivi su erbe naturali native, cosmetici naturali, mindfulness e team building... [maggiori informazioni](#)

Un'idea di business per l'espansione del mercato attraverso la collaborazione è l'allevamento di maiali in un allevamento all'aperto per tutto l'anno e la loro commercializzazione a livello regionale. L'imprenditore ottiene il mangime esclusivamente di origine biologica da un partner locale. Un contributo al rafforzamento dell'economia circolare nella regione rurale... [maggiori informazioni](#)

La terza idea di business è una start-up per la consulenza energetica olistica. Con la USP dell'indipendenza e dell'approccio olistico, l'azienda vuole costruire una quota di mercato stabile nel contesto della gestione della transizione energetica... [maggiori informazioni](#)

L'8 e il 9 settembre si è svolto a Maribor, in Slovenia, il nostro sesto incontro transnazionale. Dal nostro incontro a Vienna nel novembre 2019, abbiamo finalmente potuto incontrarci di nuovo tutti di persona. Ringraziamo sinceramente Ksenija Napast e Zlatka Zastavnikovitch dell'Institute for Comprehensive Development Solutions (E-Institute) di Ptuj per la perfetta organizzazione dell'incontro e la grande ospitalità. La possibilità di presentare i risultati del nostro progetto MaC Village e lo scambio con i



partecipanti alla **conferenza della rete UE sull'economia circolare e l'innovazione sociale** sono stati un punto culminante dell'incontro a Maribor. Come coronamento, si è svolta la visita del castello e del parco nel villaggio Race e della Tourist & Eco-farm Pri Baronu ad un'altitudine di 700 m sul monte Pohorje... [maggiori informazioni](#)

La conoscenza reciproca tra partner contribuisce in modo decisivo a una migliore comprensione dei preziosi potenziali del patrimonio culturale e delle opportunità a disposizione per il rafforzamento delle regioni rurali.

Italia

Durante l'estate l'Associazione Borghi Autentici d'Italia ha realizzato le ultime tre sessioni di formazione MaC Village, organizzate in presenza dopo un lungo periodo di workshop online, che si sono svolte nei borghi pilota di Rocca Susella, Borgoratto Mormorolo e Borgo Priolo.

Le sessioni di formazione si sono concentrate sullo sviluppo delle tre idee progettuali elaborate durante i 9 workshop di innovazione precedenti. La prima idea riguarda la condivisione di un'analisi territoriale che nell'apprezzare la qualità del territorio individua anche i punti di debolezza in termini di servizi e prodotti innovativi su cui sarà necessario puntare, non solo per aumentare l'attrattività turistica ma anche e soprattutto per rendere più sostenibile e piacevole la vita dei residenti e dei nuovi cittadini. La seconda idea riguarda la necessità di costruire un'immagine unitaria rappresentativa e identificativa del territorio; la Carta della Qualità Territoriale dell'Oltrepò è finalizzata a favorire una maggiore consapevolezza identitaria delle peculiarità e dei valori posseduti dall'intera comunità di cittadini residenti nei quattro comuni dell'Unione di Comuni Lombarda Borghi a Valli d'Oltrepò'. La terza idea riguarda l'individuazione di Micro-Percorsi del Gusto finalizzati alla promozione e valorizzazione turistica del territorio e che potranno essere "inaugurati" durante la Giornata Nazionale dei Borghi Autentici d'Italia prevista per il 10 ottobre di quest'anno.

Le sessioni di formazione hanno fornito ai partecipanti un focus su tre "tool-kit" disegnati dal progetto, con l'obiettivo di approfondire alcune tematiche riguardanti il business planning delle idee progettuali innovative individuate: "Finanziamenti", "Vendite, branding e social media" e "Clienti e gruppi target".

Il risultato più prezioso conseguito nell'area pilota italiana, oltre alle idee progettuali, è la creazione delle basi di una "piattaforma di cooperazione" permanente tra autorità locali, PMI e industrie culturali e creative che dovrebbe essere mantenuta attiva anche dopo la conclusione del progetto.



Austria

Il partner austriaco RMB ha svolto la formazione durante l'estate. A causa delle crisi di COVID-19 la maggior parte dei workshop sono stati svolti online. I formatori hanno acquisito nuove esperienze e conoscenze sull'alfabetizzazione digitale dei gruppi target e i partecipanti hanno imparato a usare nuovi strumenti digitali.

Durante l'estate RMB ha curato l'ultima serie di formazioni e le seguenti idee sono state sviluppate durante gli incontri :

- Living Lexikon Burgenland: *Un progetto educativo basato sul multilinguismo del Burgenland*
- Miteinand´ am Radweg: *nuova pista ciclabile tra due regioni federali*
- Arte Liszt: *Concorso d'arte per artisti emergenti*
- Grenz-LAND - Markt Schattendorf: *Mercato alimentare mensile transfrontaliero tra Austria e Ungheria*



cardamom_agentur zur förderung
des guten geschmacks

Diese Seite gefällt mir · 23 Stk. · 

Nach 8 Monaten endlich wieder am gleichen Ort innovativ sein können! Die Ergebnisse der online-Zusammenarbeit können sich sehen lassen! Marie-Theres und Roman machten Station in Güssing und Raiding...

Wir freuen uns auf den feierlichen Abschluss im Oktober mit allen drei Regionen/MaC Village aus dem Burgenland!

RMB

MaC Village – 😊 motiviert mit Marie-Theres Zirm.

Ines Graus, Elke Höfler und 2 anderen gefällt das.

1 Mal geteilt

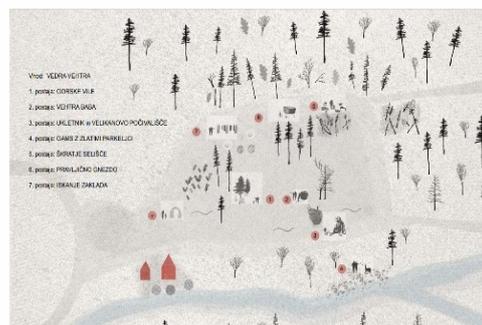
Slovenia

Due partner dalla Slovenia stanno cooperando nel progetto e sono stati sviluppati 6 prodotti/servizi innovativi. Il partner del progetto BSC Kranj ha lavorato con l'obiettivo di promuovere, valorizzare e aumentare la qualità e la quantità dei prodotti locali di legno e alimentari, dell'artigianato, delle opere d'arte e dei loro legami con la storia, la cultura e le tradizioni per arricchire l'offerta turistica della zona. Sono state sviluppate le seguenti idee progettuali:

- Danica Inn & Guest House collegherà tutti le tipicità di Bohinj - sia attraverso un piatto tipico che interni dal design autentico - guidati dalla gente del posto, dalla conoscenza domestica, dalle abilità tradizionali, dai racconti, dalle antiche ricette e dall'innovazione.
- Una filiera alimentare dinamica e stagionale tra agricoltori, raccoglitori di erbe, apicoltori e aziende di trasformazione alimentare consegnerà raccolti e prodotti alimentari anche a ristoranti, scuole, case di riposo, servizi di catering e organizzatori di cerimonie nuziali, seguendo pratiche sostenibili di coltivazione, raccolta e consegna del cibo.
- il Parco delle Fiabe introdurrà un modello di business sostenibile realizzando una esperienza di integrazione di artisti locali, narratori professionisti, fornitori di servizi di ospitalità e turismo, soccorritori alpini, erboristi, agricoltori, falegnami e artigiani locali nella progettazione e costruzione di sculture, spazi di laboratorio creativo e strutture di gioco. Così come nella realizzazione delle visite guidate e degli eventi del parco.

Il secondo partner sloveno EZVD ha svolto durante l'estate gli ultimi training e ha iniziato a supportare gli imprenditori a portare le idee sul mercato. Sono state sviluppate le seguenti idee:

- Promozione del patrimonio culturale: per attirare un maggior numero di turisti, anche di diversi profili, gli imprenditori locali hanno deciso di allestire una escape room, e presentare il patrimonio culturale del villaggio di Rače in modo innovativo.
- Promozione delle filiere corte: creazione di un mercato dei corniciari che offra ogni giorno prodotti locali dai contadini e che colleghi i produttori di cibo (combinando l'offerta e risparmiando tempo).
- Promozione dell'olio di zucca: l'olio di zucca è un ingrediente tradizionale nella zona di Podravje e sta diventando noto anche all'estero. Nel villaggio di Fram abbiamo la più antica fabbrica di olio





di zucca, e vorrebbero stabilire il museo della zucca per mantenere il patrimonio culturale per le generazioni future.

Ungheria

I due partner ungheresi hanno realizzato gli ultimi training e hanno presentato le seguenti idee:

- A Bácsalmás, i produttori locali e gli esperti creativi hanno scelto l'idea di un marchio locale, „Bácska Buffalo”, per un ulteriore sviluppo. Si tratta originariamente una pasta di peperoncino molto forte prodotta e usata dalla gente del posto, ed inoltre gli allevamenti di bufali sono comuni nella regione. Il marchio potrebbe essere esteso a un marchio regionale che rafforza l'identità locale
- L'istituzione del marchio speciale “Valle dei Dragoni” è la seconda idea del progetto e intende combinare la natura, la gastronomia, le organizzazioni locali, gli abitanti.
- L'ultima idea si intitola „Via Mariae Mecsetum” e collega prodotti e servizi locali con un percorso multifunzionale



Presentazione del progetto alla conferenza dedicata all'economia circolare e all'innovazione sociale

Il progetto MaC Village ha avuto uno slot speciale per presentare i prodotti/risultati di progetto, così come la metodologia utilizzata, ai partecipanti della conferenza organizzata dai partner del progetto US4F, cofinanziato dal programma UIA. L'evento si è tenuto a [Maribor il 9 settembre 2021 nella Maribox Cinema Hall](#).



Follow and share our news in social media



For more information, please contact at E-ZAVOD, ksenija(at)ezavod.si



Poslovno podporni center Kranj
Regionalna razvojna agencija Gorenjske



TECHNOLOGIE & GRÜNDERZENTRUM
POTSDAM-MITTELMARK



Danube Development Transnational
Group Nonprofit Ltd.



You may unsubscribe or change your contact details at any time.