

ALLEGATO A - PROGETTO - PIANO ATTIVITÀ

PSR 2014/2020 REGIONE PIEMONTE

Misura 16: Cooperazione art. 35 Reg. (UE) 1305/2013.

Sottomisura 16.4: *Sostegno alla cooperazione di filiera, sia orizzontale che verticale, per la creazione e lo sviluppo di filiere corte e mercati locali e sostegno ad attività promozionali a raggio locale connesse allo sviluppo delle filiere corte e dei mercati locali.*

Operazione 16.4.1 - Cooperazione orizzontale e verticale per creazione, sviluppo e promozione di filiere corte e mercati locali.

SOMMARIO DEL PROGETTO

DENOMINAZIONE/ Ragione sociale CAPOFILA	Enoteca Regionale del Biellese e della Serra
SEDE OPERATIVA Aggregazione	Via XI Febbraio, 13 – 13853 Lessona (BI)
FORMA DI AGGREGAZIONE	<input type="checkbox"/> ATI/ATS <input type="checkbox"/> RETE D'IMPRESA <input checked="" type="checkbox"/> ATI/ATS già costituita
TERRITORIO DI INTERESSE (localizzazione) DEL PIANO	Territorio del Lessona e del Bramaterra in particolare nei Comuni di: <ul style="list-style-type: none"> • Brusnengo • Cossato • Lessona • Masserano • Roppolo • Salussola • Sostegno • Viverone • Il bacino turistico del lago di Viverone • Tutto il territorio biellese
COSTO COMPLESSIVO DEL PROGETTO	90.000,00 €
NUMERO PRODUTTORI ADERENTI ATTIVAMENTE AL PROGETTO	10 PARTNER IN ATS= TOTALE= 10
prosecuzione progetto 2019	<input checked="" type="checkbox"/> SI

NO

Allegato (fleggare il documento allegato):

- Impegno a costituire ATI/ATS/Rete o atto;
- Atto costitutivo capofila e partner beneficiari

2

1. SEZIONE ANAGRAFICA

1.1 Anagrafica Soggetto Capofila/Richiedente.

DENOMINAZIONE/ RAGIONE SOCIALE	Enoteca Regionale del Biellese e della Serra
CUAA	01465360020
NOMINATIVO RAPPRESENTANTE LEGALE	Giuseppe Graziola
SEDE LEGALE/OPERATIVA	Via XI Febbraio, 13 – 13853 Lessona (Bi)
RECAPITI TELEFONICI	3332580255
MAIL e PEC	enotecadellaserra@pec.it

1.2 I componenti l'aggregazione che intende realizzare il Progetto, compreso capofila.

n.	Denominazione azienda	P.IVA/ CUA	Tipologia di prodotto di cui all'All. 1 del TFUE* - prodotti di qualità (regimi di qualità a cui si partecipa e Denominazioni di Origine certificate oggetto del progetto) es: vino – DOCG – Moscato d'Asti docg	Criteri h) e i) **	Tip. ***
1	Enoteca Regionale del Biellese e della Serra	01465360020	Vino, Erbaluce di Caluso o Caluso, Bramaterra, Coste della Sesia, Lessona, DOP, IGP, DOC, DOCG		2
2	Azienda agricola Antoniotti Odilio di Antoniotti Mattia	NTNMTT89M16D938E	Vino, DOC Bramaterra		1
3	Azienda agricola Zaccaria Silvio di Zaccaria Carlo	ZCCCRL73T16A859Q	Riso di Barraggia DOP		1
4	Le Pianelle di Dieter Heuskel & C. società semplice agricola	02479540219	Vino, DOC Bramaterra, Coste della Sesia		1
5	Scopel Umberto	SCPMRT60D12B586R	Salumi e insaccati		1
6	Società agricola Colombera & Garella s.s. di Colombera Giacomo, Guglielmo e Carlo	02645440021	Vino, DOC Lessona, Bramaterra, Coste della Sesia		1
7	Società agricola Guerrini F.lli s.s.	00167840024	Riso di Barraggia DOP		1
8	Società agricola La Prevostura s.s	02275370027	Vino DOC Lessona, Bramaterra, Coste della Sesia, agriturismo		1
9	Società agricola vigneti De Marchi di De Marchi Paolo e c. società semplice	02205280023	Vino DOC Lessona, Bramaterra, Coste della Sesia, grappa		1
10	Comune di Lessona	00241280023			3

*Specificare la tipologia di bene prodotto incluso nell'allegato 1 del Trattato – regimi di qualità e produzioni certificate.

**Specificare se si accede ai criteri h) razze a rischi estinzione o i) coltivazioni sopra i 500m.

*** Specificare se trattasi di: 1. Produttore agricolo/agroalimentare (come da fascicolo aziendale); 2. Intermediario (soggetto filliera agricola/agroalimentare) 3. Altro Operatore non beneficiario (Operatori commerciali e/o ristorazione etc..).

1.3 Ubicazione delle aziende agricole dell'aggregazione.

n.	Denominazione azienda	P.IVA /CUAA	Sede legale	Sede operativa (se diversa da quella legale)
1	Enoteca Regionale del Biellese e della Serra	01465360020	Via XI Febbraio, 13 – 13853 Lessona (Bi)	
2	Azienda agricola Antoniotti Odilio di Antoniotti Mattia	NTNMTT89M16D938E	Vic. Antoniotti, 5f Casa del Bosco – 13868 Sostegno (Bi)	
3	Azienda agricola Zaccaria Silvio di Zaccaria Carlo	ZCCCRL73T16A859Q	Cascina Margaria, 8 – 13885 Salussola (Biella)	
4	Le Pianelle di Dieter Heuskel & C. società semplice agricola	02479540219	Via Villa,5 – 39044 Egna - Neumarkt (Bz)	Via Forte, 25 – 13862 Brusnengo (Bi)
5	Scopel Umberto	SCPMRT60D12B586R	Frazione Castellengo, 69 – 13836 Cossato (Bi)	
6	Società agricola Colombera & Garella s.s. di Colombera Giacomo, Guglielmo e Carlo	02645440021	Cascina Cottignano, 2 – 13866 Masserano (Bi)	
7	Società agricola Guerrini F.lli s.s.	00167840024	Via Mazzini, 38 – 13885 Salussola (Bi)	
8	Società agricola La Prevostura s.s	02275370027	Via P. Maffei, 201 - 13836 Cossato (Bi)	Cascina Prevostura, 1 – 13853 Lessona (Biella)
9	Società agricola vigneti De Marchi di De Marchi Paolo e c. società semplice	02205280023	Via Orolungo, 38 - 13853 Lessona (Bi)	
10	Comune di Lessona	00241280023	Piazza G. Marconi, 5 13853 Lessona (Bi)	

2. RELAZIONE INTRODUTTIVA

2.1 Stato attuale: fornire un quadro complessivo del contesto in cui si intende intervenire, evidenziando chiaramente i suoi punti di forza e di debolezza (campo libero)

Il contesto territoriale in cui si inserisce questo nuovo progetto di cooperazione denominato “**Biella è Buona 2022**” (Acronimo Progetto: **BèB 2022**) è **la zona collinare e di pianura della provincia di Biella**.

Il presente progetto di cooperazione “**BèB 2022**” **rappresenterà il consolidamento del progetto realizzato nelle precedenti annualità**.

Questo comprensorio agricolo, situato ai piedi delle Prealpi biellesi disposto prevalentemente in **zona collinare**, è conosciuto per i suoi rinomati **vigneti di Nebbiolo e Vespolina** dai quali si ricavano i pregiati **vini rossi Lessona doc ed il Bramaterra**. La coltivazione dei vigneti, dopo una fase di abbandono, sta oggi vivendo una vera e propria riscoperta.

Frutteti e vigneti caratterizzano il paesaggio collinare, mentre il paesaggio a valle è caratterizzato dalle risaie.

Nella parte settentrionale del comprensorio verdi **zone boschive** ospitano acacie, noccioli, olmi, castagni, faggi, querce e betulle, nel cui sottobosco, tra felci, rovi, ginestre, ortiche e rose selvatiche proliferano, in primavera e in autunno, pregiate specie di funghi (chiodini, auricularie, porcininelli neri e rossi, albatrelli, galletti e finferle).

L'economia del biellese è tradizionalmente legata al **settore tessile** ed in particolare a quello della lana. La lavorazione della lana ha origini antiche e si è progressivamente sviluppata determinando il tessuto economico dell'area, con grandi ed importanti aziende del settore.

Per quanto riguarda l'artigianato, nei Comuni aderenti al progetto molte imprese operano anche nei comparti: **alimentare, metallurgico, meccanico, elettronico, delle confezioni, dell'estrazione della pietra e della lavorazione della carta**.

Nell'area oggetto del progetto di cooperazione l'economia un tempo era interamente agricola o meglio vinicola, si è gradatamente trasformata in industriale, per lo più laniera, nel corso di questo secolo.

Il Biellese è un territorio che solo da pochi anni va recuperando quelle caratteristiche di ambiente rurale che hanno rappresentato per secoli la sua peculiarità che poi lo sviluppo manifatturiero-industriale aveva abbondantemente oscurato.

Invece, le tipicità geografiche, geologiche, climatiche di questa porzione dell'Alto Piemonte consentono, grazie alla passione ed alla competenza dei produttori ed ad una **nuova spinta agli investimenti nel settore agroalimentare**, anche per la perdurante crisi legata alla manifattura tessile, **la ripresa e la riaffermazione della coltivazione della vite, del riso, dell'allevamento e della trasformazione dei suoi prodotti**. Purtroppo, però questo lungo periodo di connotazione industriale, peraltro va detto fondamentale per lo sviluppo biellese, ha portato a trascurare ed in parte dimenticare la cultura agricola e rurale di queste terre.

La popolazione, salvo eccezioni, è poco consapevole delle qualità dei prodotti che vengono prodotti a pochi chilometri da casa e solo con grandi difficoltà i produttori locali riescono ad ottenere un sistema di vendita: il privato o la ristorazione territoriale non sempre sono sensibili o raggiungibili con sufficiente efficacia ed organizzazione dalle proposte enogastronomiche locali. Naturalmente ci sono ampie ragioni che giustificano queste scelte ma se un territorio non è consapevole delle proprie qualità difficilmente può proporsi anche, come si auspica da più parti, come attrattiva per chi lo visita da fuori.

Inevitabilmente, quindi, anche l'organizzazione di una filiera corta diventa complessa e difficile, ostacolata dalla frammentazione degli interessi, dalle piccole dimensioni aziendali, dalla mancanza di risorse.

L'arte viticola ed enologica da secoli produce nel territorio un vino nobilissimo che si fregia dal 1976 della Denominazione di Origine Controllata. Nei secoli trascorsi le vigne coprivano tutto il territorio del paese e il vino era il principale oggetto di esportazione verso Milano, Novara, Arona, Vercelli e in tutta la Provincia.

Oropa e Biemonte sono siti turistici più importanti della Provincia di Biella. Per l'area interessata dalle produzioni agricole del progetto, nel territorio del comune di Cossato l'apparato ricettivo, piuttosto articolato, offre possibilità di ristorazione e di soggiorno in quanto il turismo si è sviluppato grazie alla presenza di bellezze artistiche e naturalistiche, mentre Brusnengo gode della vicinanza della Riserva Naturale Orientale Le Baragge, Lessona è una località turistica abbastanza frequentata sia nel periodo estivo che invernale per numerosi appuntamenti all'insegna della cultura, della musica e del divertimento.

Questi territori si trovano anche vicini a luoghi di richiamo turistico come il Santuario di Oropa e i monti noti per lo sci da discesa e da fondo.

Tra i **prodotti tipici della cucina Biellese** troviamo il bollito, i formaggi, i salami sotto grasso o di vacca, le salsicce, la paletta, la polenta concia, la bagna cauda, la mostarda di mele. Tra i dolci i canestrelli, le cialde di wafer con cioccolato e nocciole, i torcetti, le paste di meliga. Rinomati il liquore Ratafià e le noci di Oropa.

Per l'individuazione dei punti di forza e di debolezza del contesto di riferimento si espone la analisi SWOT qui di seguito.

Fattore analizzato	Punti di forza	Punti di debolezza	Opportunità	Minacce
Contesto demografico	<ul style="list-style-type: none"> - Riduzione contenuta della popolazione nel medio periodo. - Sostanziale tenuta della popolazione nel medio periodo nei Comuni con popolazione fino a 500 abitanti. - Avvio di nuove imprese agricole da parte di giovani agricoltori, a volte provenienti da fuori regione (Lombardia-Liguria). - Possibile consolidamento di un buon ricambio generazionale in agricoltura 	<ul style="list-style-type: none"> - Spopolamento delle aree rurali più marginali - Invecchiamento della popolazione residente - Dispersione della popolazione nei territori più marginali - Presenza rilevante e in significativa crescita di NEET (giovani che non studiano e non lavorano) 	<ul style="list-style-type: none"> - La diversificazione delle aziende agricole - Potenziamento dell'infrastrutturazione turistica - Ritorno alla terra come fenomeno sociale, ancora contenuto e fragile, ma significativo tra i giovani, importante anche per il potenziale contributo dei "neorurali" in termini di nuove competenze e approcci innovativi 	<ul style="list-style-type: none"> - Abbandono dei territori più marginali - Perdita di presidio del territorio - Isolamento delle fasce più anziane della popolazione - Perdita di risorse umane per trasferimento in aree più attrattive - Perdita dei valori identitari locali - Contrazione delle risorse pubbliche e declino del welfare e dei servizi essenziali
Struttura economica	<ul style="list-style-type: none"> - Maggiore consapevolezza del territorio rispetto alla necessità di una parziale riconversione produttiva, che valorizzi anche comparti non manifatturieri tessili. - Avvio di un processo di transizione produttiva e di riconversione. - Reperibilità sul territorio biellese di potenzialità imprenditoriali e tecnologiche legate al comparto tessile, ma riconvertibili. - Presenza di capitali ancora integri che potrebbero in parte sostenere attività di riconversione produttiva. - Settore agricolo che, pur nelle limitate dimensioni territoriali, annovera 	<ul style="list-style-type: none"> - Declino strutturale e generalizzato che colpisce a livello locale e nazionale il settore tessile, storicamente comparto trainante dell'economia biellese. - Aziende agricole di piccole dimensioni, frammentazione dei vigneti - Carenti investimenti nella ricerca pubblica per agricoltura e l'enologia, al contrario dei privati. - Insufficiente integrazione degli operatori del settore agricolo - agroalimentare tra loro e con il settore turistico 	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento del turismo rurale, con domanda prevalentemente straniera - Infrastrutturazione cicloescursionistica in corso - Crescita degli spazi di mercato per i prodotti agroalimentari qualificati e richiesta da parte dei consumatori di maggiori garanzie in termini di sostenibilità, sicurezza e benessere animale. - Diffusione della filiera corta, storicamente molto presente in Piemonte nel comparto vitivinicolo, 	<ul style="list-style-type: none"> - Scarsa redditività del settore agricolo in generale ed in particolare dei vigneti per la difficoltà di riconversione alla meccanizzazione - Mancato ricambio generazionale, in assenza di condizioni di contesto che rendano l'attività dell'impresa agricola sufficientemente remunerativa

	<p>produzioni molto diversificate e di buona qualità.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crescita delle aziende biologiche. - Significativa propensione delle aziende agricole alla diversificazione. - Presenza di numerose filiere, di dimensioni ancora contenute, ma in vivace crescita. Presenza di associazioni e strutture cooperative che cercano di raggruppare le aziende agricole organizzandone la trasformazione e commercializzazione. - Interessante potenziamento delle aziende del comparto agroalimentare. - Forte sviluppo delle strutture ricettive, soprattutto nel comparto extra-alberghiero 	<ul style="list-style-type: none"> - Assenza di una efficace e organizzata rete distributiva / di vendita dei prodotti agroalimentari tipici - Filiere locali poco strutturate non in grado di incidere sul contesto territoriale 	<p>anche nei settori lattiero-caseario e ortofrutticolo</p>	
<p>Attrattività del territorio e turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ampie aree del territorio si caratterizzano per paesaggi di impatto e per un ambiente naturalistico e costruito di elevata qualità. - Attivazione spontanea da parte di privati o associazioni di varie iniziative incentrate sul recupero della cultura del territorio, a partire da numerose esperienze di "microagricoltura". - Aumento significativo dei flussi di turisti, sia in funzione di eventi significativi (la "Passione di Sordevolo", a cadenza quinquennale) - Ampia rete escursionistica, fruibile. - Ricca offerta legata alla cultura materiale del territorio, concretizzata in un'attiva rete ecomuseale. - Presenza di numerosi attrattori di rilievo per i segmenti del turismo spirituale, del turismo del gusto e degli spacci aziendali legato alla tradizione tessile 	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensione e grado di integrazione del sistema di offerta locale ancora insufficienti per posizionare efficacemente l'area come una destinazione sul mercato turistico. - Carenze nella gamma di servizi che il sistema è in grado di offrire ai visitatori, in particolare per quanto riguarda i trasporti interni per chi non desidera scoprire il territorio con un proprio veicolo - Possibilità limitate delle strutture ricettive locali di far pernottare gruppi numerosi e/o di fare fronte ai picchi di domanda - Elevata concentrazione delle presenze turistiche nel periodo estivo con scarsa sostenibilità delle attività svolte nelle altre stagioni 	<ul style="list-style-type: none"> - Tendenze del mercato turistico, con importante sviluppo della domanda nazionale e straniera per le mete rurali e per le tipologie di fruizione legate alla natura, all'enogastronomia, alle attività all'aria aperta e alla cultura rurale e alpina. - Trend dei mercati agroalimentare e turistico che premiano i territori in grado di proporre un'offerta integrata tra produzioni agricole di qualità, paesaggio e patrimonio storico-architettonico e servizi. - Crescita degli standard qualitativi per il segmento del turismo slow, con elevata capacità di spesa dei visitatori. - Crescita del mercato del turismo spirituale, come fenomeno più ampio rispetto al tradizionale turismo religioso. - Consolidarsi del ruolo del - Disponibilità, a livello piemontese, di opportunità di finanziamento per lo sviluppo del turismo outdoor, ulteriori rispetto alle risorse PSR (ad esempio, Legge 4/00) 	<ul style="list-style-type: none"> - Carenze nelle connessioni a banda ultralarga. - Difficoltà del settore zootecnico e lattiero-caseario, che mette a rischio il presidio umano sulle aree attualmente destinate a pascolo, essenziale per la corretta gestione ed il mantenimento del territorio e del paesaggio. - Crisi economica perdurante che influisce negativamente sugli investimenti pubblici e ostacola la realizzazione degli interventi infrastrutturali già in progetto che renderebbero più semplice il raggiungimento del territorio biellese (pedemontana, elettrificazione ferroviaria)

			<ul style="list-style-type: none"> - Sviluppo di alcuni tracciati di lungo raggio per escursionismo e cicloescursionismo rilevanti per l'elevata capacità di attrarre turisti, anche stranieri (Via Francigena, futura ciclabile Venezia – Torino "VENTO", grande anello alpino "Grand Valley Tour") e utilizzo dei circuiti già esistenti sul territorio come le Rive rosse nella zona del Bramaterra, il circuito della Prevostura di Lessona e i numerosi sentieri attorno al lago di Viverone - Presenza nelle vicinanze del Santuario di Oropa, patrimonio UNESCO e meta frequentatissima. - Interessante crescita del settore vitivinicolo nella zona di Lessona, potenzialmente rilevante per lo sviluppo di proposte turistiche incentrate sulle risorse gastronomiche. - Possibilità di sfruttare in termini turistici e di incoming enogastronomico l'equilibrio ancora esistente, specie nelle zone di collina tra lo sviluppo, il recupero urbano e il paesaggio agricolo. - Valorizzazione della qualità della vita del territorio attraverso la conoscenza portata dall'enoturismo 	
Servizi e accessibilità	<ul style="list-style-type: none"> - Forte presenza di una diffusa rete di volontariato che collabora con gli enti pubblici territoriali per il mantenimento di servizi essenziali. - Interessante vitalità nel settore culturale con particolare riferimento ai temi teatrali e musicali, che vanno a congiungersi ai già citati argomenti legati al recupero delle tradizioni agroforestali e legate alla cultura materiale (anche tessile) in senso lato. - Sviluppo spontaneo di iniziative innovative di agricoltura sociale da parte di aziende del territorio, in 	<ul style="list-style-type: none"> - Diffuso fenomeno di desertificazione commerciale, inizialmente limitato alle borgate isolate, ora minaccia anche Comuni in aree relativamente accessibili. - Difficoltà delle imprese nell'identificare nelle nuove tecnologie/servizi vantaggi concreti e coerenti con gli obiettivi aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> - Le esigenze in termini di servizi da parte della popolazione urbana e delle comunità rurali possono sostenere un ulteriore sviluppo della multifunzionalità delle aziende agricole anche nell'ambito socioassistenziale, sviluppando l'agricoltura sociale 	<ul style="list-style-type: none"> - Carenza di risorse per combattere la desertificazione commerciale. - Crisi economica e contrazione delle risorse pubbliche possono ostacolare il necessario ammodernamento dei collegamenti stradali e ferroviari verso il Biellese

	<p>risposta ad alcune carenze nei servizi alla persona.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avvio sul territorio di un'iniziativa per il contrasto alla desertificazione commerciale - Presenza sulla quasi totalità del territorio di una connessione alla rete dati con velocità di trasferimento di almeno 1Mps. - Presenza nel raggio di circa 120 km e 1 h 30 m di percorrenza di tre importanti aeroporti internazionali 			
Ambiente e territorio	<ul style="list-style-type: none"> - Qualità del paesaggio, sia rurale che costruito, quale elemento distintivo del territorio - Caratterizzazione del paesaggio in funzione delle tipologie prevalenti dell'agricoltura locale - Presenza di aree protette - Qualità dell'aria soddisfacente in tutto il territorio provinciale. - Qualità delle acque sotterranee prevalentemente buona 	<ul style="list-style-type: none"> - Percentuale di consumo di suolo tra le più alte in ambito regionale (10,12%, dato regionale: 7,21%). - Abbandono del presidio agricolo e delle conseguenti attività di manutenzione del territorio in alcune aree più marginali 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilità di integrare le politiche di sostenibilità e di sviluppo locale avvalendosi di fondi legati alla cooperazione territoriale europea. - Opportunità derivanti dalla Strategia delle Green Community per le aree rurali. - Il coinvolgimento diretto di residenti e imprenditoria agricola nella gestione del territorio - La valorizzazione del patrimonio ambientale come elemento di contesto per la promozione territoriale 	<ul style="list-style-type: none"> - Spopolamento, abbandono delle superfici coltivate meno remunerative, riduzione dell'attività agricola - Aggravamento del rischio idrogeologico dovuto ad eventi meteorologici più intensi, che predispone il territorio a minacce quali l'erosione ed il dissesto idrogeologico

Allo stato attuale, uno dei punti di riferimento principale della promozione del prodotto enoico del territorio biellese è rappresentato dall'**Enoteca Regionale del Biellese e della Serra che ha sede a Lessona**.

La struttura è su due livelli, con un ampio salone al piano superiore, che ospiterà l'Enoteca, ed è circondata da un giardino affacciato sui vigneti della Doc Lessona. Al piano terra, il bar/ristorantino "La Malva Rosa". Per la parte food, è attiva una partnership con gli istituti alberghieri di Biella.

2.2 Illustrazione degli aspetti innovativi della proposta rispetto allo stato attuale descritto al punto precedente (campo libero)

Il progetto "Biella è Buona 2022" si pone l'**obiettivo di raggiungere una maggiore consapevolezza della qualità dei prodotti locali da parte del consumatore e della ristorazione locale attraverso la sensibilizzazione sui vantaggi e le opportunità della filiera corta** orientandosi complessivamente sia al fruitore pubblico generalista che al mondo della ristorazione locale.

Il progetto potrà favorire l'integrazione tra le piccole aziende agricole produttive locali in un progetto unico di filiera corta con rafforzamento del ruolo dell'Enoteca regionale e di alcune piccole realtà del commercio tradizionale coinvolgendo alcune botteghe locali nella divulgazione dei prodotti del paniere innescando sinergie tra bottega ed Enoteca. Inoltre, il **sistema di vendita dei prodotti di filiera** sarà integrato con un sistema misto di prenotazione sul web con ritiro presso il punto/i vendita-consegna territoriali.

Come ricaduta dell'attività progettuale, vi sarà il **potenziamento dell'incoming turistico** attraverso strumenti moderni ed adeguati per le aziende vitivinicole del territorio e di quelle delle altre produzioni di qualità locale: con proposte turistiche organizzate nei siti biellesi maggiormente vocati abbinate all'offerta enogastronomica.

Quasi tutte le aziende che faranno parte dell'ATS sono già ampiamente posizionate sul mercato internazionale con prodotti di alta qualità, il gruppo di cooperazione potrà avvalersi del know how per migliorare la commercializzazione di tutti i prodotti della filiera corta sul mercato locale sia per la ristorazione sia per il consumo privato.

La progettualità sociale di Biella è buona. Il Progetto Biella è Buona 2019, come da valutazione finale per la parte specifica da parte di ENAIP Piemonte, ha rappresentato per il territorio un'occasione per affinare le capacità degli attori istituzionali e delle imprese di cooperare nella promozione e valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche e per i lavoratori occupati con disabilità l'opportunità di sperimentarsi su iniziative nuove rafforzando i loro saperi e le loro abilità. Questa esperienza viene ripresa e riproposta anche nel bando 2022 perché il progetto Biella è Buona, sempre secondo le conclusioni di ENAIP Piemonte, può essere un'ulteriore occasione di approfondimento socio lavorativo non soltanto per i ragazzi e le ragazze "fragili" ma anche per gli imprenditori della filiera, gli attori istituzionali e gli stakeholder diventando una risorsa al servizio del territorio a patto che , come verrà reimpostata, sia ben progettata, supportata, valorizzata e promossa.

La cartografia ed i percorsi di enoagriturismo. Nello sviluppo del precedente progetto il lavoro specifico ha riguardato solo le aziende dell'A.T.S. ed i territori dei Comuni di Lessona e Masserano. Ora il lavoro specifico per la realizzazione, appunto, delle cartografie dettagliate e tecniche delle superfici vitate per la produzione dei vini D.O.C., verrà proposta come "format" in estensione alle altre aziende del settore dei territori del Lessona , Bramaterra e dell'areale del lago di Viverone, nonché alle singole Amministrazioni Comunali per la loro realizzazione.

Ciò al fine di estendere a tutti i territori questo strumento di conoscenza e promozione qualificata e garantita in chiave di turismo rurale e di ospitalità. Analogamente la progettualità della sentieristica mappata e segnalata di percorsi slow, sia escursionistici che ciclabili, sarà estesa fino ai confini delle zone del Lessona e Bramaterra per collegarsi ad analoghi itinerari degli altri territori dell'Alto Piemonte ed in sinergia con le progettualità anche delle Enotecche regionali confinanti.

2.3 Specificare come il Progetto contribuisca a valorizzare la filiera/filiere di riferimento, i prodotti oggetto del progetto e ad incrementare la qualità dei prodotti e la loro commercializzazione (campo libero)

Il presente progetto di cooperazione denominato “**Biella è Buona 2022**” (**BèB 2022**) si colloca nel solco del progetto sviluppato con il bando n. 1/2019 denominato “Biella è Buona” e ne rappresenta il consolidamento; esso, come quello precedente, sarà finalizzato **allo sviluppo di una “filiera corta multi-prodotto”** che vede protagonista la **produzione vinicola** che più caratterizza il TERRITORIO DI INTERESSE (localizzazione) DEL PIANO, ossia il territorio di produzione del **LESSONA** e del **BRAMATERRA**.

Il vino servirà da strumento che permetterà di far scoprire anche le altre produzioni enogastronomiche tipiche locali, favorendo la crescita di riconoscibilità di tutti i prodotti del paniere.

Attualmente sul territorio si assiste alla nascita di timide forme di cooperazione in modo però frammentato e non coordinato anche per mancanza di risorse investite adeguate e comunque non promuovono in maniera stabile, l'insieme dei prodotti agroalimentari tipici del loro territorio di riferimento.

Attraverso la realizzazione del presente progetto di cooperazione, si vuole **creare un paniere di prodotti locali di qualità certificata fortemente rappresentativi del territorio** che potranno acquisire una visibilità nuova attraverso la creazione di un punto vendita dedicato collocato all'interno dell'ENOTECA REGIONALE DEL BIELLESE E DELLA SERRA.

Al vino, elemento trainante già promosso dall'Enoteca Regionale, si andranno ad affiancare una serie di prodotti tipici delle aziende agricole di questo ambito territoriale: riso Dop della Barraggia, la Paletta, il Salame di patate ed i Salami aromatizzati del Piemonte ampliando così l'assortimento offerto in loco a turisti ed agli abitanti.

In particolare, il presente progetto di cooperazione favorirà l'integrazione delle seguenti filiere di produzione:

- **la filiera vitivinicola** (in particolare quella del Erbaluce di Caluso DOCG, Lessona Doc, Coste del Sesia DOC Bramaterra);
- **la filiera cerealicola** (in particolare quella del riso di Baraggia Biellese DOP);
- **la filiera zootecnica** (con i salumi, la Paletta, il Salame di patate ed i Salami aromatizzati del Piemonte);

Il progetto “**Biella è Buona 2022**” contribuirà a valorizzare i prodotti di tali filiere poiché prevede la realizzazione di un insieme di azioni e di strumenti promozionali, che vedrà **tali prodotti presentarsi congiuntamente sul mercato locale**.

Le diverse filiere produttive vedranno rafforzata reciprocamente la qualità delle loro produzioni, in quanto che il paniere di prodotti e di territorio promosso dal progetto “**Biella è Buona 2022**” risulterà composto in massima parte da produzioni di qualità (DOP, IGP, etc.) oppure biologiche e/o biodinamiche oppure da P.A.T. (prodotti agroalimentari tradizionali) piemontesi.

Il progetto consentirà di migliorare la commercializzazione dei prodotti delle filiere sopra indicate grazie ai seguenti elementi:

- a. verrà costituito un paniere multiprodotto fortemente connesso al territorio, avente una promozione coordinata fra il principale attore della promozione dei prodotti tipici ossia l'Enoteca Regionale e le aziende produttrici;
- b. i prodotti del paniere verranno commercializzati all'interno del punto vendita fortemente riconoscibile, grazie al richiamo dei brand “LESSONA” e “BRAMATERRA” con conseguente più facile reperibilità da parte dell'acquirente e del turista dei prodotti tipici del territorio;
- c. tale luogo fisico non rappresenterà solo un semplice punto vendita di prodotti tipici locali di un insieme di produttori agricoli, poiché le Enotecche Regionali hanno come obiettivo 'istituzionale' di far conoscere, diffondere, valorizzare e vendere le produzioni agricole del territorio piemontese e l'acquirente sia locale che turista che raggiunga il punto vendita dell'Enoteca, potrà vivere 'esperienze di gusto' assaporando i prodotti cucinati all'interno nel ristorante gestito dalla cooperativa sociale che ha sede nei locali attigui a quelli dell'Enoteca e che si occuperà della gestione della vendita dei prodotti stessi

2.4 Specificare come il Progetto contribuisca a valorizzare il territorio di riferimento allo sviluppo turistico del territorio, e come si integra con iniziative collettive già operanti sul territorio (campo libero)

Il progetto “**Biella è Buona 2022**” contribuirà a valorizzare il sistema territoriale di riferimento sotto il profilo dell’attrattività e del turismo poiché si rivolgerà al principale fruitore ed al consumatore target di tale area sotto profilo turistico, ossia il **turista enogastronomico**. Esso rappresenta la tipologia di turista che maggiormente è interessato a visitare il territorio del Biellese ricco di vini ed alimenti tipici e che possono essere trovati solo su quelle aree.

Il progetto offrirà al turista, un luogo dove poter reperire i prodotti tipici del territorio e conoscere le caratteristiche degli stessi, favorendo la riduzione della distanza tra produttore e consumatore lungo la catena di commercializzazione e distribuzione dei prodotti del paniere, garantendo la loro reperibilità.

Inoltre, l’Enoteca, quale nuovo punto di riferimento all’interno del panorama enogastronomico e turistico locale, potrà anche inserirsi nei circuiti turistico promozionali attualmente già attivi, ospitando gli incoming organizzati dalle diverse aziende vitivinicole operanti sul territorio del Biellese. Attraverso tale modalità si mette in evidenza anche la **potenziale integrabilità delle attività** previste dal progetto “**Biella è Buona 2022**” con le **iniziative promozionali già attualmente operanti sul territorio locale** e che sono sintetizzabili in diverse iniziative come la Festa del Nuovo Raccolto che si svolge in autunno presso l’antico cascinale della famiglia Guerrini, produttori di riso e partner del progetto, le varie rassegne del vino che si svolgono al Lessona, Brusnengo, Candelo, Viverone, Masserano, Biella, sagra enogastronomica della paletta e del macagn Coggiola, feste della toma, Toma e Dintorni.

Mettendo in sinergia i vari attori e le iniziative finalizzate alla promozione di produzioni agroalimentari di qualità, i diversi momenti promozionali organizzati sul territorio, potranno divenire occasione di conoscenza non solo del prodotto vino, ma anche dei vari prodotti del paniere del progetto.

2.5 Specificare come il Progetto contribuisca ad incrementare la ricaduta del valore aggiunto sui produttori agricoli/agroalimentari (come incrementa la distribuzione del reddito a favore dei produttori) e al raggiungimento degli obiettivi trasversali della UE sulla sostenibilità ambientale (campo libero)

Il progetto “Biella è Buona 2022” contribuirà ad incrementare la distribuzione del reddito a favore dei produttori, poiché promuovendo **un nuovo modello di integrazione dei produttori primari agricoli finalizzata alla riduzione degli intermediari commerciali consente di aumentare la redditività del settore**. Infatti, essendo caratterizzata la filiera corta dalla presenza di non più di un intermediario fra l’agricoltore e il consumatore (art 11 comma 1 Reg. Del. 807/2014), **la riduzione della distanza tra produttore e consumatore lungo la catena di commercializzazione e distribuzione dei prodotti del paniere consentirà la possibilità di una distribuzione maggiormente equa del ricavo da vendita**, favorendo l’aumento del margine di ricavo da parte del produttore primario. Inoltre, la maggiore visibilità del prodotto e la maggiore facilità di reperimento dello stesso da parte del turista e del consumatore – residente, potrà favorire l’aumento del volume delle vendite.

Quindi la realizzazione di una filiera corta e di un paniere multiprodotto locale risulta essere un modello in cui i diversi attori risultano tutti averne un vantaggio ed in particolare:

- **il produttore primario può aumentare il margine di ricavo sul prodotto** ed ottenerne una migliore remunerazione;

- **l'intermediario commerciale ha la garanzia di un processo di distribuzione con un minore numero di passaggi, una maggiore vicinanza alla fonte di approvvigionamento del prodotto ed una maggiore garanzia di disponibilità di prodotto e minori costi di trasporto, logistica, stoccaggio e conservazione del prodotto;**
- **il consumatore ha la garanzia di una produzione 'tipica e locale' che rispetta i parametri più alti di qualità,** poiché deriva da prodotti agricoli a marchio di qualità riconosciuta e garantita (DOP, IGP, biologico, biodinamico, etc.);
- infine, la creazione di una filiera e di un paniere di prodotti, favorisce **la cooperazione fra i soggetti produttori e fra questi ed il soggetto intermediario.**

Inoltre, il progetto "Biella è Buona 2022" potrà contribuire al raggiungimento degli obiettivi trasversali della UE sulla sostenibilità ambientale, secondo le modalità evidenziate nella seguente tabella.

		Risposta prevista dal progetto di cooperazione
Obiettivi trasversali della UE sulla sostenibilità ambientale	<i>Ambiente e Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ai medesimi</i>	Il progetto favorire il ruolo dell'azienda agricola come soggetto a presidio del paesaggio e l'ambiente locale, poiché il maggiore reddito consente all'azienda agricole di aumentare le superficie agricola in lavorazione e di frenare la perdita di valore ecosistemico del territorio agricolo
Altre priorità o fabbisogni evidenziati dal PSR 2014 – 2020 Regione Piemonte	<i>Innovazione</i>	In un contesto caratterizzato da una notevole frammentazione delle imprese agricole, forestali, agroalimentari e di trasformazione piemontesi, costituite in larga parte da PMI e microimprese, il sostegno allo sviluppo e all'attuazione di progetti di cooperazione rappresenta un elemento innovativo sul territorio di riferimento
	Innalzamento del livello di sicurezza alimentare	Sempre il progetto può elevare il ruolo dell'azienda agricola come soggetto protagonista a garanzia della sicurezza alimentare ed a tutela del consumatore: infatti, le attività di progetto possono favorire la stabilizzazione dei rapporti tra gli attori della filiera, consentendo al tempo stesso la piena valorizzazione delle materie prime incrementando le garanzie per il consumatore

In senso globale, l'innovatività dell'iniziativa è da intendersi:

- **Nell'attivazione di progetti integrati o in "filiera" con altri soggetti locali** (in un contesto un contesto locale caratterizzato da una notevole frammentazione delle imprese, costituite in larga parte da microimprese, l'attuazione di progetti di cooperazione rappresenta un elemento innovativo sul territorio di riferimento);
- **Nella "messa in rete" delle aziende produttive per rafforzarne l'attrattività nei confronti del turista e del consumatore** e potenziarne quindi il reddito globale;
- Nel consentire un **miglioramento della redditività dei prodotti aziendali, favorendo lo sviluppo di nuove produzioni e la multifunzionalità dell'azienda agricola;**
- Nel **favorire il ruolo dell'azienda agricola come soggetto a presidio del paesaggio e l'ambiente locale,** poiché il maggiore reddito consente all'azienda agricole di aumentare le superficie agricola in lavorazione e di frenare la perdita di valore ecosistemico del territorio agricolo;
- Nel **favorire il ruolo dell'azienda agricola come soggetto protagonista a garanzia della sicurezza alimentare ed a tutela del consumatore.**

3. DESCRIZIONE DEL PIANO

3.2.1 Territorio di interesse (localizzazione) del Progetto

Il territorio di interesse del progetto è costituito dal territorio del Lessona e del Bramaterra ed, in particolare, dall'area che comprende i territori dei seguenti Comuni:

- Brusnengo;
- Cossato;
- Lessona;
- Masserano;
- Roppolo;
- Salussola;
- Sostegno;
- Viverone;
- Il bacino turistico del lago di Viverone;
- Tutto il territorio biellese.

3.2 Elenco e descrizione dei prodotti considerati nel Progetto

Filiera produttiva (<i>vitivinicolo, ortofrutticolo, cerealicolo, zootecnica, latte, etc.</i>) di riferimento	Categoria di prodotto agricolo (<i>uva, vino, formaggio, ecc.</i>) Allegato I trattato	Regimi - Denominazione DOP/IGP, ecc.
Vitivinicolo	Vino	DOP, IGP, DOC, DOCG, IG
Cerealicolo	Riso Barraggia	DOP
Zootecnia	Preparazione di carni - Paletta	PAT
Zootecnia	Preparazione di carni – Salame di patate	PAT
Zootecnia	Preparazione di carni – Salami aromatizzati del Piemonte	PAT

N. totale prodotti previsti 5, di cui a marchio di qualità N. 5

3.3 Obiettivo del Progetto e strategia (Descrizione) (campo libero)

Il progetto “**Biella è Buona 2022**” si pone l’obiettivo generale del miglioramento della competitività aziendale e di rafforzare il ruolo dei produttori primari all’interno della filiera, tramite la cooperazione all’interno delle singole filiere e tra le stesse, facilitando l’accesso diretto ai mercati di riferimento. La strategia generale prevede l’incremento di una consapevolezza della qualità dei prodotti tipici locali che appartengono alla cultura Biellese e quindi il rafforzamento dell’identità territoriale e della riconoscibilità della relazione tra territorio e prodotti agroalimentari tipici locali.

La strategia si basa da un lato su un approccio inclusivo in particolare dal punto di vista sociale, la gestione della vendita dei prodotti presso l’Enoteca Regionale del Biellese e della Serra, dove a seguito di un’adeguata formazione, i ragazzi disabili avranno il compito fornire le informazioni sui prodotti e sul territorio fornendo infine le indicazioni per raggiungere i produttori, tutto ciò, oltre a corredare la proposta di vendita di valori sociali e culturali, contribuisce, in modo educativo ed originale a far emergere il ruolo centrale dell’Enoteca nel facilitare la connessione tra produttori e consumatori in un processo diretto e trasparente.

I **benefici attesi** sono i seguenti:

- il rafforzamento dell’identità territoriale e della riconoscibilità della relazione tra territorio e prodotti agroalimentari tipici locali ottenuto con le azioni di progetto;
- il riconoscimento della sinergia tra valore del paesaggio;
- le ricadute in termini di fruizione turistica dello stesso e il maggiore interesse da parte dei turisti verso le produzioni agroalimentari locali.

Tali elementi sono la premessa per migliorare la redditività del settore primario e per offrire prodotti di alto valore facilmente accessibili al consumatore locale ed al “turista enogastronomico”.

3.4 Descrizione delle attività del Progetto (campo libero)

Il progetto “Biella è Buona 2022” prevede la realizzazione delle seguenti attività:

1. Organizzazione di una serie di **incontri di formazione per disabili che operano nel settore della ristorazione** da avviare alle attività di narrazione e promozione dei prodotti della filiera corta;
2. Realizzazione di **cartografia tematica** con finalità informative e promozionali delle **superfici ad impianto vitivinicolo e alle aziende produttrici di prodotti agricoli tipici** relativi ai Comuni delle zone di produzione del Lessona, del Bramaterra e delle altre produzioni tipiche con cartografia di inquadramento e carte di dettaglio per produzione e per territorio comunale;
3. Organizzazione di **eventi promozionali aperti al pubblico** per la narrazione e la promozione dei vini e dei prodotti tipici anche con tour di visita guidata lungo la rete di percorsi che collega le aziende partner del progetto e degustazioni;
4. Realizzazione di un **video promozionale delle aziende partner, dei luoghi e dei percorsi di collegamento** individuati tra le aziende stesse;
5. Realizzazione di una **campagna di comunicazione del progetto**, delle azioni da realizzare, del **brand Biella è Buona 2022** e di promozione dei prodotti dei partner della filiera corta mediante **comunicati radio e social network**;
6. Realizzazione di una **campagna di comunicazione del progetto**, delle azioni da realizzare, del **brand Biella è Buona 2022** e di promozione dei prodotti dei partner della filiera corta a **mezzo stampa**.

3.5 Descrizione delle attività promozionali e gli obiettivi che si vogliono raggiungere attraverso tali attività (campo libero)

Gli obiettivi del progetto prevedono, in particolare, **la divulgazione della consapevolezza dell'identità e dell'unicità dei prodotti del territorio ovadese con le sue peculiarità e vocazioni**. L'altro importante obiettivo sarà la **costruzione di una strategia collettiva di posizionamento** – anche commerciale – **del paniere di prodotti promossi** all'interno del progetto, con un focus sulle produzioni vitivinicole locali di qualità.

Il raggiungimento di questi obiettivi si otterrà sostanzialmente in due modi:

- mediante l'organizzazione di **eventi locali**;
- mediante gli **incontri formativi rivolti agli operatori del settore** ed, in particolare a quelli con disabilità;
- mediante una **campagna di promozione a livello locale** (stampa, web, radio, etc.) che metta in evidenza i punti di forza dei prodotti della filiera corta e dei servizi (qualità affidabilità, eticità) che i produttori possono offrire, il tutto finalizzato a fidelizzare i consumatori locali, a far accrescere la consapevolezza del valore delle produzioni tipiche e a migliorare la già buona coesione tra i partner, soprattutto per favorire scambi e collaborazioni tra questi.

Le azioni promozionali sono tutte concepite al fine di **favorire la diffusione della conoscenza del paniere multiprodotto locale** e delle **caratteristiche/qualità dei suoi prodotti**, in modo tale da aumentare le occasioni e le modalità di propagazione del messaggio informativo della campagna di comunicazione. Attraverso tali strumenti si prevede di aumentare la consapevolezza nel consumatore locale e la possibilità di consumo dei prodotti promossi dal paniere.

3.6 Personale interno da impegnare nelle attività previste dal Piano

Nome	Cognome	Qualifica*	Attività/Evento	Tipo contratto**
Carlo	Bidone	Consulente	Studio, progettazione, rendicontazione e supporto per il progetto, etc.	Carlo

Aggiungere le righe necessarie

* operaio, impiegato, consulente, tecnico, addetto stand, ecc.

** tempo determinato, co.co.co., tempo indeterminato

3.7 Consulenti/professionisti esterni

Nome	Cognome	Qualifica	Attività/Evento

Aggiungere le righe necessarie

3.8 Risultati e benefici attesi dalla realizzazione del Progetto (campo libero)

Con il progetto "Biella è Buona 2022" ci si pone l'obiettivo di **umentare la consapevolezza presso i consumatori delle qualità delle proprie vocazioni territoriali a partire dai prodotti radicati nella cultura locale con l'ausilio di nuovi mezzi quali strategie e tecnologie innovative.**

Nel facilitare la connessione tra produttori e consumatori in un processo diretto e trasparente ci si propone di concretizzare la realizzazione di un mercato locale più equo favorendo lo sviluppo dell'economia locale ed innescando oltremodo un'attrazione nei confronti dei consumatori e di nuovi produttori tra le nuove leve.

I **benefici attesi** per i produttori sono di due tipi:

- uno **materiale** che prevede **l'aumento della redditività delle imprese** agricole e agroalimentari;
- uno **immateriale** costituito dal **rafforzamento dell'identità territoriale e della riconoscibilità della relazione tra territorio e prodotti agroalimentari tipici locali** ottenuto con le azioni di progetto, il riconoscimento della sinergia tra valore del paesaggio, la fruizione turistica dello stesso e le produzioni agroalimentari; i due aspetti, apparentemente diversi, sono invece strettamente correlati in quanto il prezzo di vendita del prodotto è formato da una componente di paesaggio, di cultura, di territorio che lo rende caratteristico cioè unico e poco soggetto alla competizione con prodotti analoghi provenienti da luoghi a basso costo di produzione.

3.9 Modalità di monitoraggio (campo libero)

La corretta esecuzione del progetto verrà monitorata attraverso la creazione di un apposito **tavolo di lavoro** costituito dai rappresentanti dell'Enoteca, dei partner di progetto e degli eventuali tecnici / consulenti coinvolti all'interno del progetto.

Sono previste delle riunioni trimestrali di monitoraggio e di verifica dell'andamento realizzativo delle azioni progettuali.

Le riunioni del tavolo di lavoro saranno strutturate nel seguente modo:

- **fase di analisi e di valutazione dell'andamento delle attività progettuali** a cui parteciperanno i soggetti coinvolti nella fase realizzativa delle attività;
- **fase di "problem solving"** in cui a ranghi ristretti (rappresentanti dell'Enoteca ed eventuali consulenti"), si approfondiscono le singole situazioni di criticità evidenziate durante la fase di analisi e si propongono le possibili azioni correttive;
- **fase di definizione strategica** in cui i rappresentanti dell'Enoteca e dei soggetti aderenti al progetto selezionano le azioni correttive più adeguate, fra le varie alternative emerse.

La esecuzione soddisfacente delle azioni progettuali sarà misurata attraverso il grado di raggiungimento degli output di progetto evidenziati dal seguente set di indicatori.

Indicatore di progetto	Output previsto	Output conseguito
N° di riunioni del tavolo tecnico	8	
Realizzazione delle attività di progetto	70%	
Performance di spesa	70%	

3.10 **Rispetto dei limiti imposti per la filiera corta mediante** (un solo intermediario tra produttore e consumatore):

La struttura della filiera proposta dal presente progetto di cooperazione, rispetta il modello di filiera corta definito dal Regolamento delegato 807/2014 ed inserito all'interno del PSR 2014 – 2020 della Regione Piemonte [FILIERA CORTA: filiera che coinvolge non più di un intermediario tra agricoltore e consumatore (intermediario è un soggetto economico tra produttore primario e consumatore che svolge attività commerciale, che acquista, ne prende il controllo e vende al consumatore il prodotto della filiera)].

Di fatto nel progetto, vi è **un solo intermediario** tra il produttore ed il consumatore, ossia l'Enoteca Regionale del Biellese e della Serra.

3.11 **Descrizione del mercato locale - Rispetto dei limiti imposti per il mercato locale mediante** (area geografica max 70 Km):

La configurazione di mercato locale prevista dal presente progetto di cooperazione rispetta il modello di mercato locale definito dal Regolamento delegato 807/2014 ed inserito all'interno del PSR 2014 – 2020 della Regione Piemonte [MERCATO LOCALE: le attività di trasformazione e di vendita al consumatore finale dovranno avvenire entro un raggio di 70 Km dall'azienda da cui deriva il prodotto].

Le attività per la maggior parte si svolgeranno nell'area della provincia di Biella.

L'area che comprende le sedi dei partner di progetto è ricompresa all'interno dei 70 km richiesti dal bando (si veda la cartografia allegata per conferma).

4. PIANO FINANZIARIO AZIONI

4.1 Azioni del progetto e relativi costi Sintesi Allegato B

(Ogni azione è contraddistinta dal numero progressivo corrispondente a quello indicato nell'Allegato B)

Intervento (*)	Azione n.	Titolo e descrizione dell'azione	Localizzazione dell'attività	Importo totale per azione
A	1	studi di fattibilità, predisposizione progetto	Territorio di riferimento	€ 11.250,00
A	2	costituzione partenariato	Territorio di riferimento	€ 2.500,00
B	3	animazione/coordinamento verso partenariato		
B	4	realizzazione convegni/seminari/incontri informativi, a favore del partenariato		
B	5	Materiale informativo per partenariato		
C	3	animazione/coordinamento verso consumatore finale		
C	4	realizzazione convegni/seminari/incontri informativi, a favore del consumatore finale	Territorio di riferimento	€ 6.250,00
C	5	Materiale informativo per consumatore finale		
D	6	seminari/incontri/workshop con operatori - attività promozionale		
D	7	campagne eventi promozionali	Territorio di riferimento	€ 32.000,00
D	8	sviluppo siti internet		
D	9	realizzazione pubblicità/acquisto spazi pubblicitari	Territorio di riferimento	€ 10.000,00
E	6	seminari/incontri/workshop con operatori promozione qualità		
E	7	campagne eventi promozionali promozione qualità		
E	10	pubblicazioni/materiale promozionale	Territorio di riferimento	€ 28.000,00
Totale				€ 90.000,00

(*) Interventi	<p>A. studi sulla zona interessata, analisi di mercato e studi fattibilità, predisposizione del progetto; costituzione del partenariato;</p> <p>B. coordinamento e animazione dell'area interessata finalizzata a rendere attuabile ed ampliare la partecipazione del maggior numero di produttori al progetto;</p> <p>C. coordinamento e animazione dell'area interessata finalizzata ad avvicinare i produttori ai consumatori finali;</p> <p>D. realizzazione di attività di promozione e informazione sulla filiera corta;</p> <p>E. promozione delle caratteristiche qualitative e nutrizionali dei prodotti e dei processi produttivi oggetto del progetto e realizzazione di materiale promozionale</p>
----------------	--

4.2 Costo complessivo del progetto.

Interventi	Importo spesa
A	€ 13.750,00
B	/
C	€ 6.250,00
D	€ 42.000,00
E	€ 28.000,00
TOTALE	€ 90.000,00

Le tipologie D e E devono rappresentare almeno il 20% del progetto.

5. CRONOPROGRAMMA DELLE ATTIVITÀ

5.1. Cronoprogramma

Attività – azioni allegato B	Mesi											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Azione 1												
Azione 2												
Azione 3												
Azione 4												
Azione 5												
Azione 6												

5.2. Programma eventi promozionali.

Evento	Location	Data/ora	Partecipanti
Eventi promozionali e degustazioni	Lessona e territorio di riferimento	2° - 12° mese	Consumatori e operatori di settore

Luogo, Data

Lessona, 16/09/2022

.....

Timbro e firma