



Riunione della Giunta camerale del

/ /
gg mm aaaa

Allegato n.

SCHEMA DI VALUTAZIONE INIZIATIVE DI SETTORE

TITOLO DELL'INIZIATIVA

LE ECCELLENZE AGRICOLE SI ALLEANO - La nascita del dolce tipico del territorio
Creazione e promozione del dolce del territorio Marosticense-Breganzese, connubio dei tre prodotti
tipici, la Ciliegia di Marostica Igp, i Vini Doc di Breganze e l'Olio "Omissis"

PERIODO DI SVOLGIMENTO

01 giugno 2022 - 15 settembre 2023

CONTRIBUTO RICHIESTO €

32.805,40

SPESA PREVISTA €

65.610,80

NOTE*

*In caso di rettifica del contributo per superamento del cumulo dei benefici pubblici



PARAMETRI DI VALUTAZIONE	INIZIATIVA	COLONNA RISERVATA UFFICIO BANDI
Iniziativa inserita in un settore	<input checked="" type="checkbox"/> Agricoltura <input type="checkbox"/> Artigianato <input type="checkbox"/> Industria <input type="checkbox"/> Commercio	
Iniziativa inserita in una delle aree prioritarie di intervento promozionale per il 2022	<p>A) COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE</p> <input type="checkbox"/> Innovazione e digitalizzazione delle imprese e della PA <input checked="" type="checkbox"/> Sostegno alla competitività delle imprese e dei territori <input type="checkbox"/> Valorizzazione del patrimonio culturale, promozione del turismo, miglioramento delle condizioni ambientali <input type="checkbox"/> Orientamento al lavoro e alle professioni <p>B) REGOLAZIONE DEI MERCATI</p> <input type="checkbox"/> Tutela del consumatore e del mercato, vigilanza, rilevazione prezzi e giustizia alternativa <p>C) COMMERCIO INTERNAZIONALE E INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO</p> <input type="checkbox"/> Supporto all'internazionalizzazione delle imprese <p>D) SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE</p> <input type="checkbox"/> Servizi istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche	



CRITERI OGGETTIVI - DIRIGENTE AREA 2 DR MAURO SFREDDO

<p>Pluralità degli Organismi coinvolti incluso il richiedente</p>	<p><input type="checkbox"/> un solo Organismo</p> <p><input type="checkbox"/> fino a due Organismi</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> tre Organismi e oltre</p>	<p><input type="checkbox"/> 15</p> <p><input type="checkbox"/> 20</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 25</p>
<p>Tipologia dell'iniziativa in termini di individuazione delle imprese destinatarie</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> L'iniziativa prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa</p> <p>oppure</p> <p><input type="checkbox"/> L'iniziativa non prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa</p>	
<p>Numerosità e struttura delle imprese destinatarie dell'iniziativa</p>	<p>Se l'iniziativa prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</p> <p><input type="checkbox"/> fino a 20 imprese potenzialmente destinatarie</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> da 21 imprese potenzialmente destinatarie e oltre</p> <p><input type="checkbox"/> fino a 50 addetti potenzialmente interessati</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> da 51 addetti potenzialmente interessati e oltre</p> <p>Se l'iniziativa NON prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</p> <p><input type="checkbox"/> fino a 100 imprese potenzialmente destinatarie</p> <p><input type="checkbox"/> da 101 imprese potenzialmente destinatarie e oltre</p> <p><input type="checkbox"/> fino a 500 addetti potenzialmente interessati</p> <p><input type="checkbox"/> da 501 addetti potenzialmente interessati e oltre</p>	<p><input type="checkbox"/> 5</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 10</p> <p><input type="checkbox"/> 5</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 10</p> <p><input type="checkbox"/> 5</p> <p><input type="checkbox"/> 10</p> <p><input type="checkbox"/> 5</p> <p><input type="checkbox"/> 10</p>



Maggiore percentuale di copertura dei costi di progetto tramite entrate diverse dal contributo camerale	<input checked="" type="checkbox"/> dal 50% al 55,99% <input type="checkbox"/> dal 56% al 60,99% <input type="checkbox"/> dal 61% e oltre	<input checked="" type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input type="checkbox"/> 25
TOTALE PUNTEGGIO (A)		<input type="text" value="60"/>



CRITERI DI OPPORTUNITÀ – GIUNTA CAMERALE

<p>Rilevanza, ai fini della promozione dell'economia provinciale e utilità per le imprese, concentrando le risorse su iniziative di maggior rilievo</p>	<p>Breve descrizione</p> <p>L'iniziativa mira, attraverso la creazione di un dolce tipico simbolo del territorio, ad aiutare (nella promozione e nella vendita) l'intera filiera di produzione degli ingredienti base (ciliegia, olio e vino) e nel contempo, la rete di vendita degli esercizi locali. Complessivamente, gli attori sono i produttori agricoli. A questi si aggiungono le attività commerciali, destinarie per la vendita del prodotto. L'iniziativa vuole dare nuova linfa alle strategie di marketing territoriale, puntando sulle eccellenze agricole, in risposta agli interessi dei turisti nazionali ed esteri.</p>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 5</p>
<p>Destinazione alla generalità delle imprese interessate anche non iscritte, non aderenti o non facenti parte dell'Organismo proponente, associazione di categoria, comitato o organismo organizzatore dell'iniziativa</p>	<p>Breve descrizione</p> <p>L'intero territorio beneficerà delle azioni di comunicazione legate al lancio e alla promozione del dolce tipico. Successivamente alla produzione, infatti, anche le attività commerciali potranno avere benefici in termini economici e di visibilità connaturati alla vendita del dolce tipico, entrando così a pieno titolo tra i destinatari dell'iniziativa. In secondo luogo, per le amministrazioni locali e le proloco il dolce tipico si inserirà nelle offerte turistiche e di promozione del territorio, attraverso la conoscenza degli ingredienti di base, simbolo delle eccellenze agricole locali.</p>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 5</p>



<p>Incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale rispetto a iniziative che hanno riflessi indiretti o soltanto temporanei</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 315 1043 1115" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>L'iniziativa partirà con la progettazione e il lancio del dolce tipico del territorio, ma la sua incidenza sarà duratura in quanto si tratta di un'introduzione di un prodotto permanente sul mercato, correlato da strategie di comunicazione e promozione finalizzate al mantenimento degli obiettivi nel corso dei prossimi anni. La produzione e la vendita del dolce tipico coinvolgerà l'intera filiera nei dodici mesi annuali, con l'obiettivo di creare un dolce tipico vendibile tutto l'anno.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 5</p>
<p>Carattere innovativo di processo e/o prodotto</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 1249 1064 1892" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>La componente innovativa del prodotto risiede nella sua peculiarità di mettere insieme i tre prodotti tipici del territorio, che saranno gli ingredienti base del dolce. L'iniziativa si pone come apripista per nuove progettualità di promozione territoriale e agricola che vede coinvolti i coltivatori, i consorzi, i commercianti e le associazioni che riuniscono le attività produttrici e trasformatrici dei prodotti tipici del territorio.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 5</p> <p><input type="checkbox"/> 6</p> <p><input type="checkbox"/> 7</p> <p><input type="checkbox"/> 8</p> <p><input type="checkbox"/> 9</p> <p><input type="checkbox"/> 10</p>



Adeguatezza del sistema di misurazione dell'efficacia dell'iniziativa/progetto	Breve descrizione I risultati quantitativi e qualitativi saranno misurati con molteplici azioni di analisi numerica e di gradimento, sia sul fronte della partecipazione degli attori coinvolti che del gradimento dell'offerta al pubblico, utilizzando anche criteri quantitativi legati alla vendita del dolce tipico.	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> 5
TOTALE PUNTEGGIO (B)		<input type="text" value="25"/>
TOTALE A+B		<input type="text" value="85"/>



Camera di Commercio
Vicenza

APPENDICE: DESCRIZIONE INTEGRALE DELL'INIZIATIVA / PROGETTO



Obiettivo dell'iniziativa/progetto:

I capisaldi.

I soggetti promotori dell'iniziativa sono tre realtà della provincia di Vicenza che da anni si impegnano nel riconoscimento dei prodotti locali, valorizzando gli agricoltori del territorio.

I protagonisti.

Ciliegia, olio e vino sono i protagonisti del progetto. Le tre eccellenze della zona da Marostica a Breganze vantano un ampio apprezzamento fra i consumatori. Le realtà agricole, infatti, non solo valorizzano le coltivazioni della zona, ma si prefiggono di puntare al costante miglioramento. Conseguentemente, i prodotti offerti all'avventore finale godono di una qualità superiore contraddistinta dallo spirito locale.

L'obbiettivo.

Considerato quanto pocanzi esposto, l'idea innovativa non considera ciliegia, olio e vino presi solo singolarmente, ma assieme. Il progetto mira alla creazione di un dolce composto da questi tre ingredienti che vanti un inconfondibile genuinità. Valorizzazione e tipicità sono quindi gli scopi da perseguire. L'innovazione risiede nel proporre un prodotto in grado di racchiudere i tratti caratteristici del territorio. Il progetto, inoltre, si pone l'obiettivo di coinvolgere anche le associazioni commercianti per promuovere il lancio del dolce sul mercato, vestendo le attività commerciali di vetrofanie e flyer dedicati. L'inaugurazione del progetto sarà, poi, accompagnata dall'apertura di canali di promozione e informazione offline e online, attraverso un nuovo sito web, nuove pagine social, attività di ufficio stampa e di produzione di materiale informativo cartaceo; in collaborazione anche con le associazioni di categoria e locali.

Lo sviluppo.

Oltre ai "Omissis", il piano operativo prevede il coinvolgimento di mastri nel settore dolciario: i pasticceri. Il focus del progetto, come rilevabile, è l'utilizzo dei prodotti delle aziende del territorio. Al progetto prenderanno parte anche gli enti locali quali Comuni e Proloco, con lo scopo di aprire nuovi canali di promozione territoriale.



Destinatari dell'iniziativa/progetto:

I primi destinatari del progetto sono indubbiamente le aziende agricole che producono ciliegie, olio e vino.

Inoltre, si possono suddividere i destinatari dell'offerta in ulteriori due gruppi: locali e diffusi.

Locale

A livello strettamente territoriale i destinatari finali della vendita del dolce sono sicuramente i consumatori che abitualmente acquistano prodotti dalle aziende agricole. Una torta che racchiude tutti gli ingredienti che il pubblico compra e consuma quotidianamente è un'ideale opportunità di vendita.

Altro soggetto interessato ad una torta dal sapore tipico è, certamente, il turista. L'idea di vendere il prodotto anche presso la sede di enti (come la Proloco) è un ottimo modo per creare un collegamento tra la realtà locale e l'avventore esterno alla ricerca dei toni caratteristici del territorio.

Diffuso

Attraverso una campagna pubblicitaria mirata, tuttavia, si punta a raggiungere un pubblico molto più vasto; auspicabilmente nazionale ed estero. Ulteriore strumento di diffusione vedrà come protagonista anche un e-commerce da ideare e sviluppare, successivamente al primo lancio del prodotto.

Risultati attesi:

La varietà dei soggetti coinvolti, l'innovatività del prodotto proposto, la sinergia fra differenti realtà attiverà un meccanismo virtuoso per le piccole economie locali, per la sensibilizzazione al territorio rurale e per la valorizzazione dei prodotti agricoli caratteristici.

Si auspica di creare un "movimento" continuativo, incentrato sul settore gastronomico, colonna portante del territorio italiano.

Il progetto vuole essere un volano inizialmente comunicativo per il territorio e successivamente un riferimento anche a livello regionale, nazionale ed estero.

Altro punto focale è la possibilità di conferire a ciliegie, olio e vino una continuità distribuita nell'arco di tutto l'anno e non solo nei mesi che caratterizzano ognuno di questi ingredienti.



Ricadute positive sul territorio:

Il progetto pone le condizioni soprattutto a due soggetti per preservare ed innovare le tradizioni:

- a. Le aziende agricole alle quali viene dato il ruolo di "custodi del territorio", dalla campagna alla collina. Un progetto che rende protagonisti i prodotti agricoli creando sinergia fra realtà della zona ed enti pubblici.
- b. I cittadini che si avvicinano alla conoscenza e passione verso l'agricoltura ed il territorio, tramite un canale innovativo e singolare: il dolce.

La pubblicità mirata, inoltre, porterà alla sponsorizzazione della zona da Marostica a Breganze, quali testimonial del progetto proposto. Sarà quindi un trampolino per molteplici canali, in grado di dare una notevole visibilità ai territori vicentini.

Criteri che il beneficiario intende adottare per la misurazione dell'efficacia dell'iniziativa/progetto (es. rilevazione di customer satisfaction o opportuni indicatori qualitativi e quantitativi di valutazione, in relazione agli obiettivi stabiliti):

L'efficacia del progetto sarà misurata attraverso indicatori di ordine sia quantitativo e qualitativo. Sul fronte quantitativo, verranno raccolti e costantemente monitorati i numeri indicatori del coinvolgimento del pubblico attraverso i canali di comunicazione dell'iniziativa. Verranno, poi, presi in esame anche i numeri della partecipazione all'evento di lancio del nuovo dolce tipico. Ai produttori degli ingredienti base e del dolce tipico (pasticceri) verrà destinata un'analisi dei flussi di vendita del prodotto e dell'interesse del pubblico attorno al prodotto. Grazie alla raccolta di tali indicatori numerici, verrà successivamente avviata un'analisi qualitativa, considerando il grado di soddisfazione di tutti gli attori della filiera coinvolti nel progetto.