PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

POLITICHE GIOVANILI

SCHEDA di presentazione progetti

1	**Codice progetto 1**	
CAT_1_2011		
2	**Titolo del progetto**	
"PROGETTO INTERSETTORIALE DI CULTURA D'IMPRESA E MARKETING DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI TIPICI"		
3	**Riferimento del compilatore 2**	
	Nome	Luca
	Cognome	Deavi
	Recapito telefonico	0461915575
	Recapito e-mail	luca.deavi @coldiretti.it
	Funzione	Resp. Formazione Coldiretti
4	**Soggetto proponente 3**	
4.1	**Quale è il soggetto proponente il progetto?**	
	Coldiretti Giovani Impresa e Albergatori	
5	**Soggetto responsabile 4**	
5.1	**Qual è il soggetto responsabile del progetto?**	
	GAT – Giovani Albergatori del Trentino	
5.2	**Specificare la denominazione o la ragione sociale del soggetto responsabile:**	
	GAT – Giovani Albergatori del Trentino	
5.3	**Specificare in quale Comune ha sede il soggetto responsabile:**	
	Trento	

6	**Collaborazioni**
6.1	**Il soggetto responsabile prevede di collaborare attivamente con altri enti per questo progetto, anche in modo informale?**
◉	SI
○	NO
6.2	**Se si, con quale tipologia di soggetti**
	Ass. Agricoltura e Turismo

7	**Durata del progetto**
7.1	**Quale è la durata del progetto?**
◉	Annuale
○	pluriennale
7.2	**Quando tempo è stato richiesto per la progettazione e quanto si prevede sarà necessario per attuare le fasi successive? Riportare di seguito: (Indicare i tempi arrotondando o in mesi, o in settimane o in giorni**

		Data di inizio	Data di fine
1	progettazione	01/01/2011	28/02/2011
2	organizzazione delle attività	01/03/2011	31/03/2011
3	realizzazione	04/05/2011	31/12/2011
4	valutazione	01/01/2012	29/02/2012

8	**Luogo di svolgimento**
8.1	**Dove si svolge il progetto?**

Valsugana, Val di Fiemme e Fassa

9	**Ambiti di attività**
9.1	**In quale dei seguenti ambiti di attività ricade il progetto? 8**
☐	la formazione e la sensibilizzazione verso amministratori, genitori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri, al fine di accrescere i livelli di responsabilizzazione delle categorie di cui sopra verso i giovani cittadini, in qualità di figli ed utenti di servizi culturali, ricreativi o di altre attività
☐	la sensibilizzazione alla partecipazione/appartenenza al proprio territorio ed all'assunzione di responsabilità sociale da parte dei giovani, anche prevedendo momenti formativi residenziali strutturati sul modello dei campus
☒	attività di informazione, di indirizzo e di orientamento finalizzata a facilitare l'accesso alle opportunità offerte ai giovani ed a fornire prime risposte a richieste che i giovani o le loro famiglie manifestano anche in maniera individuale nei vari ambiti esistenziali: scuola, lavoro, socialità
☐	l'apertura ed il confronto con realtà giovanili nazionali ed europee attraverso scambi o iniziative, basati su progettualità reciproche
☐	laboratori che vedano protagonisti i giovani nel campo dell'arte, della creatività, della manualità e della riflessione sulle grandi questioni del nostro tempo
☒	progetti che vedano il mondo giovanile protagonista nelle fasi di ideazione, gestione e realizzazione
☐	percorsi formativi finalizzati all'apprendimento di competenze di cittadinanza attiva, con particolare attenzione all'ambito delle tecnologie digitali

10	**Area tematica**
10.1	**In quale area tematica o macro settore di intervento si inserisce il progetto? 9**
○	Cittadinanza attiva e volontariato
○	Arte, cultura e creatività
○	Musica e danza
○	Teatro, cinema e fotografia
○	Tecnologia e innovazione
○	Educazione e comunità
○	Sport, salute e benessere
◉	Economia, ambiente e sostenibilità
○	Conoscere e confrontarsi con il mondo
○	Altro specificare
11	**Obiettivi generali**
11.1	**Quale sono gli obiettivi generali che il progetto si propone di raggiungere? 10**
Obiettivi legati ai giovani	
☒	Ascolto e raccolta di bisogni
☒	Conoscenza/valorizzazione dell'identità locale e del territorio
☒	Favorire e sostenere il protagonismo e la partecipazione attiva
☒	Trasmissione di competenze di ideazione, progettazione e organizzazione di attività
☒	Formazione/Educazione
☐	Interculturalità/Multiculturalità
☐	Orientamento scolastico o professionale
☐	Sostegno alla transizione all'età adulta
☐	Altro specificare
	Obiettivi legati agli adulti e alla comunità in generale
☒	Dialogo inter-generazionale
☐	Responsabilizzazione e sensibilizzazione degli adulti verso i problemi e le necessità dei giovani
☐	Supporto alla genitorialità
☐	Sinergia tra gli attori istituzionali del territorio (comune, scuole, etc.)
☐	Sinergia tra gli attori non - istituzionali del territorio (famiglie, associazioni, gruppi, etc.)
☐	altro specificare
12	**Obiettivi specifici**
12.1	**Quale sono gli obiettivi secondari (rispetto a quelli generali definiti nel punto 11) che il progetto si propone di raggiungere? 11**
1	Istituire una mappatura dell'offerta di prodotti agroalimentari tipici da parte delle realtà associate a Coldiretti e della possibile domanda derivante dalle strutture ricettive alberghiere dell'Associazione Albergatori del Trentino
2	Organizzare tre convegni in tre diverse realtà territoriali, con la concertazione tra imprenditori agricoli ed alberghieri interessati ad un network marketing dei prodotti agroalimentari locali, per formalizzare l'incontro tra domanda e offerta
3	Individuare le procedure operative per implementare una piattaforma distributiva del ramo agroalimentare, che possa rendere sistematica la presenza dei prodotti agricoli trentini nei menù delle strutture ricettive ed esaltare il concetto del "Km 0"
4	Garantire la tracciabilità totale del prodotto, in modo che il turista/consumatore possa trovare un giusto rapporto qualità prezzo
5	Verifica dello stato dei lavori e dei risultati ottenuti e pianificazione di ulteriori iniziative
13	**Tipo di attività**
13.1	**Quale sono le attività principali che si prevede di realizzare con il progetto? 12**
☐	Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline (anche artistiche o sportive) - TEORIA
☐	Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline (anche artistiche o sportive) - PRATICA
☒	Dibattiti/incontri di discussione e confronto (su politica, attualità, cultura?)
☒	Eventi
☐	Visite a istituzioni / viaggi - scambio / campus
☐	Animazione
☐	Redazione giornalistica/Rivista
☐	Diffusione, promozione
☐	Altro - specificare:

14	Descrizione del progetto
14.1	Descrivere brevemente il contesto e le problematiche affrontate.

Secondo i più recenti studi di settore, un numero crescente di consumatori privilegia brevi periodi di vacanza fatta di percorsi su misura ai periodi di riposo tradizionali da 15 o più giorni.
Nel corso degli ultimi dieci anni si è peraltro andata modificando anche la concezione di turismo e di vacanza: accanto alle forme di turismo indefinite o tradizionali, quella del turismo enogastronomico ha assunto una identità propria, diventando esso stesso obiettivo e molla di spostamento.
Questo nuovo concetto di turismo presuppone prima di tutto una sinergia tra settori economici strategici, quali il turismo in senso stretto - con la promozione del territorio attraverso beni non deperibili - e l'agricoltura, grazie allo sfruttamento delle risorse rinnovabili.
In Trentino, in particolare, il turista ricerca, oltre alle attrattive del territorio, anche la disponibilità di prodotti enogastronomico tipici. Tale domanda può rappresentare un potenziale valido sbocco di mercato, soprattutto per quei prodotti, elaborati su piccola scala, che rappresentano la reale identità territoriale di un luogo.
Per far sì che il turismo enogastronomico possa dare i frutti migliori, è necessario il coinvolgimento di un numero cospicuo di settori (agricolo, commerciale, della ristorazione), solo apparentemente slegati tra loro, e la promozione sia della domanda che dell'offerta di prodotti.
Per costruire valide sinergie tra operatori, e quindi favorire l'incontro di domanda e offerta, è necessario, prima di tutto, monitorare i prodotti agroalimentari tipici e la loro reale disponibilità sul territorio, in quanto gli stessi operatori spesso non sono a conoscenza del ricco panorama enogastronomico che possiede il territorio.
L'altro problema è legato alla logistica e quindi alla reale disponibilità del prodotto da parte dell'operatore.
La conoscenza e la disponibilità in loco dei prodotti del territorio permette quindi, al turista/consumatore, di essere rassicurato in merito al prodotto su temi quali la rintracciabilità e la salubrità dello stesso.
Un prodotto del territorio è un prodotto a Km 0 e quindi, oltre a creare un forte senso di identità con il territorio, qualifica la struttura alberghiera in quanto offre un buon rapporto qualità prezzo.

14	Descrizione del progetto
14.2	Descrivere brevemente le attività da realizzare.

Obiettivo principe dell'intero progetto è l'implementazione di una piattaforma distributiva del ramo agroalimentare, condivisa tra imprenditori agricoli ed imprenditori alberghieri. Per affrontare tale tematica si organizzeranno tre convegni in tre realtà fortemente turistiche, ossia in Valsugana, Val di Fiemme e Val di Fassa, cercando anche di conoscere le potenzialità territoriali e imprenditoriali che le zone possono offrire per quanto riguarda il consumo ecosostenibile a km 0.
Lo start up di una tal forma di sinergia intersettoriale potrà tradursi in una "progettualità pilota", da testare nelle tre diverse realtà territoriali trentine a buona vocazione turistica, ossia in Valsugana, Val di Fiemme e Val di Fassa per l'appunto.
I risultati, che entrambe le componenti economiche coinvolte auspicano siano conformi alle attese, potranno in prospettiva essere utili per dare il via ad un vero e proprio network marketing dei prodotti agroalimentari locali, da estendere in tutto l'ambito provinciale.

14	Descrizione del progetto
14.3	Descrivere brevemente i risultati attesi.

Le attività da realizzare sono conformi a quanto già descritto al punto 12.1 (Obiettivi specifici che il progetto si propone di raggiungere).

Sia i giovani Coldiretti sia i giovani Albergatori hanno inteso prevedere:
1) la mappatura della domanda e dell'offerta.
2) La correlazione tra le realtà economiche interessate, da concretizzarsi attraverso la realizzazione di tre convegni informativi in tre realtà territoriali diverse. Durante i convegni (gestiti da personale qualificato in consulenza e servizi marketing), gli imprenditori agricoli e quelli del ramo alberghiero potranno, attraverso una compartecipazione attiva ed un'attenta concertazione, formalizzare le modalità d'incontro domanda - offerta.
3) L'individuazione delle procedure operative per implementare la piattaforma distributiva agroalimentare.
4) La verifica dello stato dei lavori e dei risultati ottenuti.
5) La pianificazione di ulteriori iniziative.

14	Descrizione del progetto
14.4	ABSTRACT.

Inizialmente si tratta di istituire una mappatura, all'interno di ciascuna delle due categorie economiche coinvolte nel progetto, dell'offerta di prodotti agroalimentari tipici da parte delle realtà associate a Coldiretti e della possibile domanda derivante dalle strutture ricettive alberghiere dell'Associazione Albergatori del Trentino. Successivamente si passa all'organizzazione di tre convegni in Valsugana, Val di Fiemme e Val di Fassa per affrontare tale tema.

15	Target	
15.1	**Chi sono gli "organizzatori" del progetto? 14** **Con "organizzatori" si intendono tutti coloro che verrano coinvolti nelle fasi di organizzazione: sono quindi coloro che partecipano a ideazione, progettazione e realizzazione del progetto e che quindi acquisiranno competenze organizzative e svolgono un ruolo da protagonisti.**	
☐	Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)	N 8
☐	Adolescenti 15-19 anni	
☐	Giovani 20-24 anni	
☐	Giovani 25-29 anni	
☐	Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni	
☒	Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)	
☒	Altro: specificare Imprenditori 30-40 anni	

15	Target	
15.2	**Chi sono i "partecipanti attivi" del progetto? 15** **Con "partecipanti attivi" si intendono tutti quelli che hanno acquisito competenze prendendo parte al progetto.**	
☐	Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)	N 30
☐	Adolescenti 15-19 anni	
☒	Giovani 20-24 anni	
☒	Giovani 25-29 anni	
☐	Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni	
☒	Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)	
☒	Altro: specificare Giovani 30-39	

15	Target	
15.3	**Chi sono i "fruitori" (pubblico / spettatori) del progettoà 16** **Con "fruitori" si intendono tutti coloro che hanno assistito ad un evento, una serata, una manifestazione, aperti al pubblico.**	
☐	Tutta la cittadinanza	N 60
☐	Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)	
☐	Adolescenti 15-19 anni	
☒	Giovani 20-24 anni	
☒	Giovani 25-29 anni	
☐	Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni	
☒	Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)	
☒	Altro: specificare Giovani 30-39	

16	Promozione e comunicazione del progetto
16.1	Indicare le modalità tramite cui si prevede di diffondere le informazioni e le comunicazioni inerenti al progetto 17
☐	Nessuna comunicazione prevista
☒	Articoli su quotidiani, riviste, bollettini
☐	Bacheche pubbliche
☐	Cartelloni/manifesti/locandine/volantini
☐	Eventi pubblici (conferenza stampa, serate ecc..)
☐	Lettere cartacee
☒	Passaparola
☒	Strumenti informatici (E-mail, newsletter, Social Network, Blog..)
☒	Telefonate / SMS
☐	Altro: specificare

17	Valutazione
17.1	Sono previsti strumenti di valutazione?
◉	SI
○	NO
17.2	Se si, Quali? 5
1	Il progetto sarà monitorato da rappresentanti tecnici di Coldiretti e Asat.
2	I tecnici verificheranno i risultati ottenuti.
3	Agli imprenditori coinvolti, si somministrerà un questionario valutativo.
4	
5	

18	Piano finanziario del progetto	
18.1	Spese previste	
	Voce di spesa	Importo Euro
1	Affitto Sale, spazi, locali	1000,00
2	Noleggio Attrezzatura stabile	0
3	Acquisto Materiali specifici usurabili	0
4	Compenso e/o rimborsi spese | Numero ore 13,5 Tariffa oraria 80,00	1.080,00
5	Pubblicità/promozione	0
6	Viaggi e spostamenti	0
7	Vitto e alloggio per i partecipanti ai progetti	500,00
8	Tasse / SIAE	0
9	Altro 1 - Specificare Noleggio pullman per raggiungere le tre località convegnistiche	1.000,00
10	Altro 2 - Specificare	0
11	Altro 3 - Specificare	0
12	Altro 4 - Specificare	0
13	Altro 5 - Specificare	0
14	Altro 6 - Specificare	0
15	Valorizzazione attività di volontariato	00,0
	Totale A	3.580,00

18.2	Entrate esterne al territorio e incassi	
	Voce di entrata	ImportoEuro
1	Finanziamenti di Enti pubblici esterni al territorio di riferimento del PGA (specificare quali)	0
2	Finanziamenti di Enti e attori privati esterni al territorio di riferimento del PGA (specificare quali)	0
3	Incassi da iscrizione	500,00
4	Incassi di vendita	0
	Totale B	500,00
	DISAVANZO A - B	3.080,00

18	Piano finanziario del progetto	
18.3	Entrate previste provenienti dal contesto del PGA	
	Voce di spesa	ImportoEuro
1	Finanziamenti di Enti pubblici del territorio di riferimento del PGA membri del Tavolo (specificare quali)	0
2	Finanziamenti di Enti pubblici del territorio di riferimento del PGA non membri del Tavolo (specificare quali)	0
3	Finanziamenti di Enti e attori privati del territorio (specificare quali)	0
4	Autofinanziamento Coldiretti e Associazione Albergatori	0
5	Altro - Specificare Coldiretti e Associazione Albergatori	1.540,00
6	Altro - Specificare	0
	Totale	1.540,00

Disavanzo	Finanziamenti di Enti pubblici membri del Tavolo	Entrate diverse	Contributo PAT
3.080,00 **Euro**	0 **Euro**	1.540,00 **Euro**	1.540,00 **Euro**
Percentuale sul disavanzo	0,00 **%**	50,00 **%**	50,00 **%**