PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

POLITICHE GIOVANILI
PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

Mod. A2 PGA

Scheda di presentazione progetto del Piano Operativo Giovani (POG)

1. Codice Progetto

CAT_1_ 2018

2. Titolo del progetto

Marchi Territoriali e Marchi di Qualità: tra sostenibilità e competitività.

3. Riferimenti del compilatore

Nome	Alessandra
Cognome	Tanas
Recapito telefonico	3347870708
Recapito e-mail	alessandra.tanas@gmail.com
Funzione	Referente Tecnico Organizzativo

4. Soggetto proponente
4.1 Qual e il soggetto proponente il progetto?

Coldiretti Giovani Impresa Trento

5. Soggetto responsabile
5.1 Qual e il soggetto responsabile del progetto?

Coldiretti Giovani Impresa Trento

5.2 Specificare la denominazione o la ragione sociale del soggetto responsabile

Coldiretti Giovani Impresa Trento

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?

X SI
NO

6.2 Se si, con quale tipologia di soggetti?

Associazione Giovani Cooperatori Trentini, Giovani Imprenditori di Confartigianato Trento, Gruppo Giovani Albergatori de Trentino, Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Trento, Gruppo Giovani Imprenditori del Terziario della Provincia di Trento

7. Durata del progetto
7.1 Qual è la durata del progetto?

X Annuale
Pluriennale

7.2 Quanto tempo è stato richiesto per la progettazione e quanto si prevede sarà necessario per attuare le fasi successive riportate in seguito? (Indicare i tempi arrotondando o in mesi, o in settimane o in giorni)

Progettazione	Data di inizio 11/12/2017	Data di fine 03/04/2018
Organizzazione delle attività	Data di inizio 16/04/2018	Data di fine 30/04/2018
Realizzazione	Data di inizio 03/05/2018	Data di fine 30/09/2018
Valutazione	Data di inizio 01/10/2018	Data di fine 07/09/2018

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

Trento, Predazzo, Valtellina, Val Poschiavo (Svizzera)

9 Ambiti di attività
9.1 In quale dei seguenti ambiti di attività ricade il progetto?

X 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

X 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

X 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

Dispositivi e interventi atti a promuovere il processo di transizione all'età adulta e l'autonomia dei giovani dal lavoro alla casa, dall'affettività alla consapevolezza della propria identità sociale

10. Area tematica **10.1 In quale area tematica o macro settore di intervento si inserisce il progetto?**
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
X Economia, ambiente e sostenibilità
Conoscere e confrontarsi con il mondo
Altro specificare

11. Obiettivi generali: **11.1 Quali sono gli obiettivi generali che il progetto si propone di raggiungere?** *Obiettivi legati ai giovani*
Promuovere l'ascolto come strumento di analisi dei bisogni
X Promuovere la conoscenza e/o la valorizzazione dell'identità locale e del territorio
Favorire e sostenere il protagonismo e la partecipazione attiva
Sostenere la trasmissione di competenze di ideazione, progettazione e organizzazione di attività
X Sostenere la formazione e/o l'educazione
Promuovere l'interculturalità e la multiculturalità
Sostenere l'orientamento scolastico o professionale
Sostenere la transizione all'età adulta
X Altro specificare Sostenere la competitività delle giovani imprese del terrtiorio

Obiettivi legati agli adulti e alla comunità in generale
Favorire il dialogo inter-generazionale
Favorire la responsabilizzazione e la sensibilizzazione degli adulti verso i problemi e le necessità dei giovani
Supportare la genitorialità
Promuovere sinergie tra gli attori istituzionali del territorio (comune, scuole, etc.)
Promuovere sinergie tra gli attori non istituzionali del territorio (famiglie, associazioni, gruppi, etc.)
Altro specificare

12. Obiettivi specifici **12.1 Quali sono gli obiettivi specifici (rispetto a quelli generali definiti nel punto 11) che il progetto si propone di raggiungere?**
1 Migliorare la conoscenza e la diffusione dei marchi “Trentino” e “Qualità Trentino” tra i giovani imprenditori di tutte le categorie economiche coinvolte nel tavolo di lavoro del Piano d’Ambito Economico tramite la realizzazione di momenti di incontro, formazione e condivisione.
2 Favorire lo scambio, la conoscenza e la creazione di reti tra giovani imprenditori di diverse categorie economiche grazie alla realizzazione di attività condivise.
3 Migliorare la competitività delle imprese del territorio; anche grazie alla scoperta e all’analisi di buone pratiche nazionali ed internazionali di sviluppo ed utilizzo di marchi territoriali.
4
5

13. Tipo di attività **13.1 Quali sono le attività principali che si prevede di realizzare con il progetto?**
Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline - TEORIA
Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline - PRATICA
X Dibattiti/incontri di discussione e confronto (su attualità, cultura…)
X Eventi (convegni, concerti, ecc)
X Visite a istituzioni / confonti - gemellaggi - scambi / campus
Animazione
Redazione giornalistica/Rivista
Diffusione / promozione informazioni sui giovani
Altro specificare

14. Descrizione del progetto
14.1 Descrivere brevemente il contesto e i bisogni affrontati

La presente proposta verte progettuale viene presentata da tutte le associazioni giovanili di categoria che compongono il Tavolo del Piano d'Ambito Economico e realizzata a seguito di un attento ascolto delle necessità degli associati, un'analisi dei principali trend economici locali ed internazionali e l'incontro con alcuni stakeholder strategici : rappresentanti del Servizio Turismo della Provincia autonoma di Trento, Trentino Marketing, attori territoriali (Strada della Mela e dei Sapori delle Valli di Non e di Sole, …).

Obiettivo del progetto è quello di rispondere ad un'importante necessità condivisa da tutte le associazioni giovanili di categoria: migliorare e approfondire la conoscenza dei marchi Trentino e Qualità Trentino.
Infatti, grazie alle recenti e sempre più rafforzate iniziative delle autorità locali il marchio territoriale e quello di qualità sembrano rappresentare interessanti soluzioni di marketing per dare forza all'export del territorio e alla competitività dello stesso e quindi rappresentano un elemento di interesse e attrattività per i giovani imprenditori locali. Risulta però ancora scarsa la conoscenza del "funzionamento" dei marchi e difficile l'avvicinamento agli stessi da parte delle imprese, soprattutto se di piccole dimensioni.

Il progetto intende quindi rispondere concretamente ai bisogni dei giovani imprenditori organizzando momenti di formazione e informazione legati ai marchi, ai loro vantaggi e alle loro debolezze. Cercando di evidenziare quali sono i limiti per le aziende che vi aderiscono ma anche le potenzialità.
Inoltre, dall'analisi del contesto e dalle interviste realizzate si evince che:
Studi di settore evidenziano che il Trentino viene associato a tre principali "connotazioni": l'identita alpina, la sostenibilita e l'affidabilita; e che le aziende che scelgono di orientare fortemente la propria strategia marketing sul territorio all'interno del quale operano, lavorano o producono possono quindi "avvantaggiarsi" di questi significati positivi.
Il sistema territoriale, la Provincia, Trentino Marketing, hanno intenzione di investire sempre piu nella promozione di questi marchi, che sono quindi in fase di crescita (anche tramite la creazione di disciplinari nuovi).

Questi elementi confermano ulteriormente l'interesse e l'importanza di un progetto che metta analisi e conoscenza dei marchi territoriali e di qualità al centro delle attività, date anche (e soprattutto) le importanti potenziali ricadute sulla competitività del territorio.

14.2 Descrivere brevemente le attività da realizzare.

Il progetto sara strutturato attorno a tre incontri formativi e di confornto, un viaggio studio e un momento di analisi e valutazione.

Uno di questi incontri si terra direttamente presso un'azienda virtuosa del territorio mentre gli altri due saranno organizzati a Trento. E' ritenuto infatti importante nella realizzazione delle attività il coinvolgimento diretto delle aziende che aderiscono al marchio "Qualita Trentino", dando loro visibilita anche nei momenti informali e di networking organizzati nell'ambito del progetto: riferisco a seguito delle serate formative e cena di gruppo a seguito della formazione terrtioriale. E' ritenuta infine indispensabile la realizzazione di alcuni focus legati ai temi della sostenibilita non solo ambientale (utilizzo delle risorse, …) e sociale (capacità di restituzione al territorio, ...) ma anche economica: quanto conviene aderire a marchi di qualita o territoriali per le aziende.
Le attività possono essere così sintetizzate:
1° incontro: Marchi Trentino e Qualità Trentino: tra limiti e potenzialità. Quali prospettive?
Quando: 21 giugno 2018 dalle 18.00 alle 21.00.
Chi: Relatori invitati saranno i rappresentanti del Servizio Turismo della Provincia autonoma di Trento e di Trentino Marketing e una testimonianza di "Trote Astro".

2° incontro: Competitività territoriale, sostenibilità e Marchi di Qualità: quale legame?
Quando: 28 giugno 2017 dalle 18.00 alle 21.00
Chi: Relatori dell'Eurac esperti in materia di marchi territoriali ed un economista: prof. Leonardo Becchetti (UNI Tor Vergata Roma) impegnato su molti fronti tra cui quello della sostenibilità sociale, ambientale. Testimonianza di un'azienda territoriale o della Strada della Mela e dei Saporo delle Valli di Non e Sole.

3° incontro: Visita - formazione presso all'Azienda Felicetti a Predazzo e Cena degustazione prodotti "Qualità Trentino" presso Palazzo Roccabruna.
Il pastificio Felicetti è buona pratica del territorio non solo per la capacità di valorizzazione del marchio "Qualità Trentino" ma anche per l'internazionalizzazione, il rapporto con il territorio, la sostenibilità ambientale e sociale al centro della strategia di impresa.
A seguire, rientro a Trento per tutti i partecipanti e cena con degustazione prodotti "Qualita Trentino" presso Palazzo Roccabruna per i partecipani all'intero corso di formazione (massimo 30 persone).
Quando: 24 settembre 2018 dalle 14.00 alle 24.00
Chi: relatori saranno rappresentanti dell'Azienda Felicetti e rappresentanti del marchio territoriale "Val Di Fassa".

4° Viaggio Studio di due giorni organizzato ad ottobre 2018 (date ancora da individuare). Il viaggio prevede la visita studio a due buone pratiche legate ai Marchi di Qualità e Marchi territoriali:
Valtellina: In Valtellina le autorità politiche ed economiche del territorio hanno lanciato una strategia di export basata sul posizionamento di un marchio territoriale. Risulta un'esperienza di particolare interesse nel contesto specifico in quanto le associazioni di categoria sono coinvolte in qualità di partner nella definizione ed implementazione della strategia.
Valposchiavo: la Valposchiavo è una piccola valle della Svizzera all'interno della quale è in fase di realizzazione un'interessante strategia di sviluppo territoriale in ottica Smart Land. Tra le iniziative sviluppate, di particolare interesse risultano essere i marchi: "100% Valposchiavo" e "Fait sü in Valposchiavo". Anche qui, i marchi vengono gestiti in collaborazione con le associazioni di categoria.

5° Momenti di analisi e valutazione dei risultati del progetto organizzato ad Ottobre all'interno del Piano d'Ambito Economico.

14.3 Descrivere brevemente i risultati attesi

Grazie alla realizzazione delle attività progettuali si intendono raggiungere i seguenti risultati:

1° maggiore CONOSCENZA e DIFFUSIONE dei marchi Trentino e Qualità Trentino tra i giovani imprenditori di diverse categorie economiche, e, più in generale all'interno del tessuto produttivo locale. Grazie alle attività progettuali sarà stato anche possibile conoscere le intenzioni della Provincia e di Trento Marketing in merito al futuro dei marchi e alle strategie messe in opera per la loro crescita.

2° maggiore VISIBILITÀ data ad imprese del territorio Trentino che hanno aderito al marchio Qualità Trentino e che quindi rispettano importanti standard di sostenibilità e qualità, dando così voce anche agli imprenditori nel processo di conoscenza e approfondimento.
3° creazione di nuove CONTAMINAZIONI e riflessioni condivise tra giovani imprenditori di diverse categorie economiche grazie all'organizzazione di attività comuni e momenti di confronto.

4° maggiore COMPETITIVITÀ territoriale data non solo dall'analisi e scoperta di buone pratiche nazionali ed internazionali ma anche dalla presa di coscienza dell'importanza di "partire dal territorio" nel comunicare la propria azienda e prodotti.

5° maggiore COLLABORAZIONE tra i componenti del Piano d'Ambito Economico grazie alla progettazione condivisa a all'organizzazione e svolgimento di attività comuni.

14.4 Abstract

Un progetto dedicato ad approfondire la conoscenza e la diffusione dei marchi territoriali e di qualità presenti in Trentino, analizzandone i limiti e le potenzialità e aiutando i giovani imprenditori nelle proprie scelte aziendali strategiche e portando anche alla realizzazione di ragionamenti condivisi e inter-settoriali tra i diversi settori economici.

15. Target

15.1 Chi e quanti sono gli "organizzatori" del progetto? 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.

Adolescenti 15-19 anni
Giovani 20-24 anni
X Giovani 25-29 anni
X Giovani 30-34 anni
X Giovani 34-39 anni
Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)
Altro specificare
Numero organizzatori 12

15.2 Chi e quanti sono i "partecipanti attivi" del progetto? Con "partecipanti attivi" si intendono tutti quelli che acquisiranno competenze prendendo parte al progetto
Adolescenti 15-19 anni
X Giovani 20-24 anni
X Giovani 25-29 anni
X Giovani 30-34 anni
X Giovani 34-39 anni
Altri adulti significativi
Altro specificare
Numero partecipanti attivi 30

15.3 Chi e quanti sono i "fruitori" (pubblico / spettatori) del progetto? Con "fruitori" si intendono tutti coloro che assisteranno ad un evento, una serata, una manifestazione, aperti al pubblico
Tutta la cittadinanza
Adolescenti 15-19 anni
X Giovani 20-24 anni
X Giovani 25-29 anni
X Giovani 30-34 anni
X Giovani 34-39 anni
X Altri adulti significativi
Altri specificare
Numero fruitori 120

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**
Nessuna comunicazione prevista
Articoli su quotidiani, riviste, bollettini
Bacheche pubbliche
Cartelloni/manifesti/locandine/volantini
Eventi pubblici (conferenza stampa, serate ecc..)
X Lettere cartacee
X Passaparola
X Strumenti informatici (E-mail, newsletter, Social Network, Blog..)
X Telefonate / SMS
Altro specificare

17. Valutazione **17.1 Sono previsti strumenti di valutazione?**

X SI
NO

17.2 Se sì, quali?
1 Questionario di valutazione compilato dai partecipanti a tutte le attività progettuali e analizzato dal tavolo del Piano d'Ambito Economico
2
3
4
5

18. Piano finanziario del progetto
18.1 Spese previste

Voce di entrata	importo
1. Affitto sale, spazi, locali	€ 600,00
2. Noleggio materiali e attrezzature (specificare)	€
3. Acquisto materiali specifici usurabili (specificare)	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait 400,00	€ 400,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait 500,00	€ 500,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
5. Pubblicità/promozione	€
6. Viaggi e spostamenti	€ 2050,00
7. Vitto e alloggio per i partecipanti ai progetti	€ 4350,00
8. Tasse / SIAE	€
9. Rimborsi spese (specificare) Rimborsi spese relatori	€ 500,00
10. Assicurazione	€ 150,00
11. Altro 1 (specificare) Rinfreschi serate aperte	€ 1200,00
12. Altro 2 (specificare)	€ 0,00
13. Altro 3 (specificare)	€
14. Altro 4 (specificare)	€
15. Valorizzazione attività di volontariato	€ 500,00

Totale A: € 10250,00

18.2 Incassi ed Entrate esterne al territorio provinciale previste	
Voce di entrata	importo
1. Finanziamenti di enti pubblici esterni al territorio provinciale (specificare quali)	€
2. Finanziamenti di soggetti privati esterni al territorio provinciale (specificare quali)	€
3. Incassi da iscrizione	€ 1800,00
4. Incassi di vendita	€

Totale B: € 1800,00

DISAVANZO (Totale A – Totale B)	€ 8450,00

18.3 Entrate previste provenienti dal contesto del PGA	
Voce di entrata	importo
Finanziamenti di soggetti membri del Tavolo (specificare quali) Associazione Giovani Cooperatori Trentini, Giovani Imprenditori di Confartigianato Trento, Gruppo Giovani Albergatori de Trentino, Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Trento, Gruppo Giovani Imprenditori del Terziario della Provincia di Trento, Coldiretti Giovani Trento	€ 1690,00
Finanziamenti di enti pubblici del territorio provinciale (specificare quali)	€
Finanziamenti di soggetti privati del territorio provinciale (specificare quali)	€
Autofinanziamento	€
Altro (specificare)	€
Altro (specificare)	€

Totale: € 1690,00

Disavanzo	Finanziamenti di Enti pubblici membri del Tavolo	Entrate diverse	Contributo PAT
€ 8450,00	€ 1690,00	€ 0,00	€ 6760,00
percentuale sul disavanzo	20 %	0 %	80 %