



Mod. A2 PGZ

# Scheda di presentazione progetto del Piano Operativo Giovani (POG)

# 1. Codice Progetto

CEM\_6\_ 2018

# 2. Titolo del progetto

Valle di Cembra: valorizzazione delle produzioni locali

3. Riferimenti del compilatore		
Nome	Mattia	
Cognome	Clementi	
Recapito telefonico	3489238968	
Recapito e-mail	mattia.clementi@virgilio.it	
Funzione	Presidente Comitato Mostra Valle di Cembra	

# 4. Soggetto proponente 4.1 A quale tipologia di ente appartiene il soggetto proponente il progetto? Comune X Associazione (specificare tipologia) culturale Comitato/gruppo organizzato locale Gruppo informale Cooperativa Oratorio/Parrocchia Comunità di Valle/Consorzio di Comuni Istituto scolastico Pro Loco Altro (specificare)





5. Soggetto responsabile 5.1 A quale tipologia di ente appartiene il soggetto responsabile del progetto?
Comune
X Associazione (specificare tipologia) culturale
Comitato/gruppo organizzato locale
Cooperativa
Oratorio/Parrocchia
Comunità di Valle/Consorzio di Comuni
Istituto scolastico
Pro Loco
Altro (specificare)

5.2 Specificare la denominazione o la ragione sociale del soggetto responsabile

Comitato Mostra Valle di Cembra

5.3 Specificare in quale Comune ha sede il soggetto responsabile

Cembra Lisignago

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?
X Comune
Associazione (specificare tipologia)
X Comitato/gruppo organizzato locale
Gruppo informale
Cooperativa
X Oratorio/Parrocchia
Comunità di Valle/Consorzio di Comuni
Istituto scolastico
X Pro Loco
Altro (specificare)

# 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 di seguito:				
Progettazione	Data di inizio 02/10/2017	Data di fine 28/11/2017		
Organizzazione delle attività	Data di inizio 02/01/2018	Data di fine 31/03/2018		
Realizzazione	Data di inizio 15/04/2018	Data di fine 31/07/2018		
Valutazione Data di inizio 01/08/2018 Data di fine 31/08/2018				

# 8. Luogo di svolgimento

# 8.1 Dove si svolge il progetto?

Cembra Lisignago, Colli Tortonesi





# 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

X 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

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

X Favorire e sostenere il protagonismo e la partecipazione attiva

Sostenere la trasmissione di competenze di ideazione, progettazione e organizzazione di attività

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

Altro (specificare)

# Obiettivi legati agli adulti e alla comunità in generale

# X 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 Conoscere le tradizioni enogastronomiche della Valle di Cembra
- 2 Educare al consumo responsabile delle bevande alcoliche
- 3 Sensibilizzare e stimolare i giovani a partecipare a progetti di valorizzazione delle nostre produzioni
- 4 Favorire la conoscenza al fine di poter sviluppare nuove attività legate all'enoturismo: produzione, vendita, attività turistiche in sinergia col comparto agricolo....(soprattutto idee innovative)

5





13. Tipo di attività

13.1 Quali sono le attività principali che si prevede di realizzare con il progetto?

X Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline - TEORIA

X Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline - PRATICA

X Dibattiti/incontri di discussione e confronto (su attualità, cultura...)

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 Valle di Cembra è una realtà dal grandissimo potenziale, sia in termini di produzioni di eccellenza (vini ma anche gastronomia) che a livello turistico: un potenziale ancora ampiamente inespresso e penalizzato dalla scarsa riconoscibilità del territorio e dei prodotti stessi, anche dovuta ai numeri, sicuramente ancora piccoli, di produttori e di strutture ricettive. Spesso si riscontrano inoltre carenze da parte degli attori del territorio che non conoscono adeguatamente le produzioni tipiche e le possibilità di valorizzazione delle stesse, così come non vengono valorizzate a dovere le opportunità offerte dal nostro ambiente. I giovani inoltre tendono a non dare la corretta importanza a queste produzioni di nicchia: soprattutto per quanto riguarda i nostri vini spesso non riescono a distinguere un consumo di qualità, ma privilegiano produzioni di massa (birra, superalcolici, cocktail...) non rappresentative del territorio, dando spesso, purtroppo, più peso allo "sballo" che alla qualità. E' fondamentale educarli ad un consumo responsabile, soprattutto come crescita civile (incidenti, alcolismo, dipendenze.... sono sicuramente problemi molto sentiti in Valle di Cembra ed in Trentino). Inoltre siamo coscienti che i nostri giovani devono essere gli ambasciatori di un territorio che necessità di maggiore visibilità per riuscire a sopperire alle difficoltà ambientali: è quindi fondamentale istruire persone nuove, che hanno possibilità di viaggiare e raccontare il loro territorio, di dare vita a nuove realtà in loco ed accogliere in maniera ottimale i nostri ospiti. Non si tratta quindi solo di insegnare loro nozioni sui nostri prodotti tipici, ma soprattutto di farli crescere come persone e convincerli e farli sentire partecipi alla promozione del nostro territorio e delle sue potenzialità: una necessità per garantirsi un futuro migliore.

Le caratteristiche della valle di Cembra permettono di ottenere vini molto particolari e riconoscibili, soprattutto vini bianchi freschi, sapidi e minerali (Muller Thurgau, Chardonnay, Riesling, Traminer...) e bollicine metodo classico, ma anche vini rossi molto ricercati quali Schiava e Pinot Nero. Inoltre, questo momento particolare del mercato enologico è veramente favorevole a queste produzioni. Spesso però si riscontrano carenze da parte degli attori del territorio che non conoscono adeguatamente le produzioni tipiche e le possibilità di valorizzazione delle stesse, così come non vengono valorizzate a dovere le opportunità offerte dal nostro ambiente. Sicuramente è necessaria una miglior conoscenza e consapevolezza da parte di tutti noi di questi punti di forza, in modo da poterli trasmettere ai visitatori e anche tramutarli in nuove opportunità lavorative (valorizzare la nostra tradizioni attraverso approcci innovativi).





# 14.2 Descrivere brevemente le attività da realizzare.

Costo di partecipazione euro 35 per numero 40 persone.

# CORSO DI AVVICINAMENTO AL VINO:

relatore: Antonio Falzogher e Damiano Dallago (sommelier professionisti, compenso a forfait euro 1000 cadauno), Mattia Clementi e Dino Zanotelli (enologi di aziende del territorio, non ricevono alcun compenso) Il primo step prevede di insegnare un consumo responsabile ai ragazzi, istruirli sulle conseguenze dirette e indirette dell'assunzione irresponsabile di vino e sostanze alcoliche. Le conseguenze dal punto di vista sociale ma anche le ripercussioni che può avere sulla salute un vino o una bevanda di bassa qualità sicuramente più dannoso rispetto a bevande meno elaborate. Successivamente si analizzeranno tecniche di degustazione e di produzione del vino (vinificazione in bianco, in rosso, in rosato, spumanti metodo classico e metodo charmat). Dopo questa parte introduttiva verranno dedicate serate specifiche (almeno 4) ai prodotti maggiormente rappresentativi della Valle: Muller Thurgau, Riesling, Schiava e Pinot Nero (i 4 vini che hanno recentemente ottenuto l'importante riconoscimento della sottozona Valle di Cembra all'interno della DOC Trentino Superiore, testimonianza della vocazionalità della zona) e gli spumanti metodo classico.

# SERATA INFORMATIVA PRODOTTI GASTRONOMICI TIPICI

relatore: una macelleria della Valle di Cembra (compenso a forfait euro 200), Allo stesso modo verranno organizzate due o tre serate per conoscere i prodotti gastronomici tipici (salumi, eccetera...).

# VISITA AD UNA REALTA' VIRTUOSA IN TERMINI DI PROMOZIONE DEI PRODOTTI TIPICI

La seconda parte del progetto prevede invece di analizzare come altre realtà virtuose hanno saputo promuovere i loro prodotti enogastronomici. La realtà virtuosa scelta è la zona di produzione delle Colline Tortonesi, culla del Timorasso, vino bianco fenomeno del momento. Una zona con caratteristiche e problematiche simile alla nostra: pochi ettari di vigneto (1500 ha, di cui circa 100 in continua espansione coltivati a Timorasso), numero di aziende basso prima dell'esplosione di questo vitigno (ora sono una trentina, molte nate negli ultimi anni soprattutto da giovani agricoltori) e soprattutto il problema di legare il vino al territorio di produzione. Per questo è nato il progetto Bevi Derthona: non chiamare più il vino col nome del vitigno (Timorasso) ma della zona (Derthona antico nome di Tortona): processo che negli anni hanno realizzato i più importanti territori italiani e esteri (Chianti, Barolo, Champagne...). Alla luce del recente riconoscimento della sottozona Valle di Cembra, riflettere e scambiare opinioni ed esperienze con chi ha già colto queste opportunità è molto importante, in modo da poter sfruttare al meglio questo strumento per creare maggiore valore aggiunto ai prodotti e dare visibilità al territorio, anche in chiave turistica.

Una sfida che i nostri giovani devono sentire loro, per riuscire a innalzare la richiesta dei nostri prodotti ed il prezzo di vendita degli stessi, cosa fondamentale per poter remunerare meglio la fatica dei nostri contadini e rendere competitiva la nostra agricoltura, evitando il problema dell'abbandono delle terre (e il degrado del paesaggio) e creando invece nuova occupazione giovanile.

# **DIBATTITO**

Al termine delle attività si svolgerà un incontro in cui i partecipanti si confronteranno sul tema della promozione dei nostri prodotti tipici, su possibili nuove attività legate alla produzione / commercializzazione o promozione, formulando idee e proposte grazie alle conoscenze acquisite e alle esperienze vissute.

# 14.3 Descrivere brevemente i risultati attesi

Nello specifico i risultati sono:

- 1. Insegnare il consumo responsabile e consapevole delle bevande alcoliche
- 2. Conoscere i prodotti tipici della Valle di Cembra e le loro peculiarità (tradizioni
- 3. Imparare a promuovere i prodotti tipici (anche con idee innovative)
- 4. Imparare a promuovere le nostre opportunità legate all'enoturismo
- 5. Sviluppare una capacità di dialogo e confronto sul tema della promozione dei prodotti e turistica
- 6. Favorire una coscienza ambientale, soprattutto attraverso le esperienze fuori dal territorio
- 7. Favorire la nascita di nuove attività, stimolati dalle lezioni sui prodotti e dalle visite agli altri territori





# 14.4 Abstract

Corso per imparare la conoscenza e il corretto consumo di alcolici, i prodotti della valle e visita a un'azienda virtuosa nel campo dell'enogastronomia.

# 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.

Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)

X Adolescenti 15-19 anni

X Giovani 20-24 anni

X 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)

Numero organizzatori 15

# 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

Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)

X Adolescenti 15-19 anni

X Giovani 20-24 anni

X Giovani 25-29 anni

X 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)

Numero partecipanti attivi 40





4 = 0	<b>~</b> 1 ·					
15.3	Chi e du	antı sono ı	"fruitori" (	bubblico /	spettatori)	del progetto?

Con "fruitori" si intendono tutti coloro che assisteranno ad un evento, una serata, una manifestazione, aperti al pubblico

X Tutta la cittadinanza

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)

Numero fruitori 400

# 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

X Bacheche pubbliche

X Cartelloni/manifesti/locandine/volantini

X Eventi pubblici (conferenza stampa, serate ecc..)

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 a fine attività.
2
3
4
5

18. Piano finanziario del progetto 18.1 Spese previste	
Voce di spesa	importo
1. Affitto sale, spazi, locali	€
2. Noleggio materiali e attrezzature (specificare)	€
3. Acquisto materiali specifici usurabili (specificare) generi alimentari	€ 300,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait 1000	€ 1000,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait 1000	€ 1000,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait 200	€ 200,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
5. Pubblicità/promozione	€
6. Viaggi e spostamenti	€ 650,00
7. Vitto e alloggio per i partecipanti ai progetti	€ 750,00
8. Tasse / SIAE	€
9. Rimborsi spese (specificare)	€
10. Assicurazione	€
11. Altro 1 (specificare)	€
12. Altro 2 (specificare)	€
13. Altro 3 (specificare)	€
14. Altro 4 (specificare)	€
15. Valorizzazione attività di volontariato	€ 300,00

**Totale A:** € 4200,00





18.2 Incassi ed Entrate esterne al territorio previste				
Voce di entrata	importo			
1. Finanziamenti di Enti pubblici esterni al territorio di riferimento del PGZ (specificare quali)	€			
2. Finanziamenti di soggetti privati esterni al territorio di riferimento del PGZ (specificare quali)	€			
3. Incassi da iscrizione	€ 1400,00			
4. Incassi di vendita	€			

**Totale B**: € 1400,00

DISAVANZO	(Totale A	A – Totale B	) €2800,00
-----------	-----------	--------------	------------

18.3 Entrate previste provenienti dal contesto del PGZ	
Voce di entrata	importo
1. Finanziamenti di enti pubblici del territorio di riferimento del PGZ membri del Tavolo (specificare quali) Comunità di Valle, Birr Comuni di Giovo, Cembra Lisignago, Altavalle, Sover, Lona Lases, Segonzano, Albiano	n, € 840,00
2. Finanziamenti di enti pubblici del territorio di riferimento del PGZ non membri del Tavolo (specificare quali)	€
3. Finanziamenti di soggetti privati del territorio (specificare quali)	€
4. Autofinanziamento	€ 560,00
5. Altro (specificare)	€
6. Altro (specificare)	€

**Totale:** € 1400,00

Disavanzo	Finanziamenti di Enti pubblici membri del Tavolo	Entrate diverse	Contributo PAT
€ 2800,00	€ 840,00	€ 560,00	€ 1400,00
percentuale sul disavanzo	30 %	20 %	50 %