

P.S.R. 2007 – 2013 Regione Lazio,

Misura 133

Sostegno alle Associazioni di produttori per le attività di promozione e informazione riguardanti i prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare.

Progetto

**FILIERA PATATICOLO: SOSTEGNO ALLA PROMOZIONE
DELL'IGP "Patata dell'Alto Viterbese".**

Soggetto richiedente **CO.P.A.VIT.**

**Consorzio Pataticolo Alto Viterbese Società Cooperativa Agricola.
CUAA 01937870564**

Allegati al Modello Unico di Domanda:

RELAZIONE TECNICA

per il soggetto beneficiario

il tecnico incaricato

Contiene:

1. Premessa.....	2
2. Analisi di contesto.....	3
3. Obiettivi e finalità perseguite, target di riferimento e indicatori di risultato attesi.....	5
4. Strategia prescelta, azioni proposte, motivazioni tecnico-economiche.....	8
5. Descrizione delle attività.....	10
6. Cronoprogramma.....	13
7. Piano finanziario riepilogativo dettagliato relativo alle tipologie di spesa.....	14
8. Analisi costi-benefici.....	18
Allegati.....	19

Aprile 2014

1. Premessa.

Si propone una iniziativa di promozione dell'IGP "Patata dell'Alto Viterbese", finalizzata alla richiesta di aiuto alla Regione Lazio in ambito PSR 2007/2013, Misura 133 "Sostegno alle Associazioni di produttori per le attività di promozione e informazione riguardanti i prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare".

Il progetto è attivato da CO.P.A.VIT - Consorzio Pataticolo Alto Viterbese, soggetto consortile costituito da tutte le maggiori cooperative di produttori dell'area ed il cui scopo sociale è la gestione di un impianto per la trasformazione della "Patata dell'Alto Viterbese" (prodotto a riconoscimento IGP) in prodotti di IV gamma, rappresentando di fatto il completamento della filiera locale.

In particolare, COPAVIT è costituito da: Consorzio Cooperativo Ortofrutticolo Alto Viterbese CCORAV Soc. Coop. Agricola, Alta Tuscia Soc. Coop. Agr., Soc. Coop. Agr. Onanense, Coltivatori Diretti Soc. Coop. Agr., Colli Volsini Soc. Coop. Agr., Alto Lazio Soc. Coop. Agr., Cooperativa Centro Agricolo Alto Viterbese Soc. Coop. A R.L., Etruria Soc. Coop. A R.L.

Tale condizione rende di fatto COPAVIT un soggetto assimilabile ad una Associazione di Scopo, peraltro non temporanea.

Nell'iniziativa proposta, le cooperative hanno di fatto confermato a CO.P.A.VIT. Consorzio Pataticolo Alto Viterbese Società Cooperativa Agricola, in qualità di proponente dell'iniziativa, la rappresentanza della filiera locale, designandolo quale coordinatore del progetto, ed autorizzandolo a svolgere le funzioni e gli investimenti relativi alla presentazione e perfezionamento della domanda ed alla riscossione del contributo, come da Verbale allegato.

COPAVIT, e le Cooperative che lo costituiscono, ad oggi, rappresentano circa il 90% dei pataticoltori dell'Alto Viterbese e pressoché il 100% degli iscritti all'IGP "Patata dell'Alto Viterbese".

In questa ottica le finalità del progetto sono:

- la promozione dello specifico prodotto IGP "Patata dell'Alto Viterbese", compreso nell'elenco dei prodotti a marchio territoriale della Regione Lazio, e delle sue peculiarità agro-ambientali e dalla cultura rurale che rappresenta;
- l'informazione a consumatori ed operatori di settore circa le caratteristiche organolettiche e gli aspetti agro-culturali del prodotto, sempre in relazione alla provenienza territoriale.

In sintesi, le azioni previste nel progetto sono dirette a fornire informazioni complesse sulla patata dell'Alto Viterbese a marchio IGP in quanto specificità alimentare del territorio.

Recentemente, COPAVIT ha ricevuto un riconoscimento dal MIPAAF in qualità di promotore della registrazione comunitaria IGP.

Soggetto Proponente:

CO.P.A.VIT. - Consorzio Pataticolo Alto Viterbese Società Cooperativa Agricola

Forma giuridica: CONSORZIO DI COOPERATIVE

Sede: Via Rugarella 8, Acquapendente, VT.

Legale Rappresentante: Sig. Egidio Canuzzi

P.IVA e Cod Fisc.: 01937870564; Codice CCIAA: 140174; Codice REA: 01937870564

CUAA: 01937870564

Tecnico di Riferimento:

ASTROLABIO DUEMILA SRL

Gianfranco Mastri, Agronomo,

tel. 06.8607639, fax 06.86200586, cell. 338.2858875, e-mail mastri@hotmai.com

2. Analisi di contesto.

Gli operatori locali coinvolti nell'iniziativa, sono:

COPAVIT Consorzio Pataticolo Alto Viterbese Società Cooperativa Agricola	<p>È un Consorzio di Cooperative agricole costituito dalle maggiori realtà locali produttrici di patate dell'Alto Viterbese: il CCORAV di Grotte di Castro, la Cooperativa Etruria di Grotte di Castro e la Cooperativa Alto Viterbese di San Lorenzo Nuovo, che vengono da questo rappresentate; ha come obiettivo la promozione, commercializzazione e trasformazione in IV gamma della IGP "Patata dell'Alto Viterbese", con particolare riferimento alla patata dell'Alto Viterbese.</p> <p>In qualità di consorzio tra le cooperative locali, è uno dei principali soggetti che hanno promosso e sostenuto presso le opportune sedi istituzionali (Regione, Ministero, Commissione Europea), ed ottenuto il riconoscimento della IGP "Patata dell'Alto Viterbese".</p>
--	---

È da sottolineare come, essendo il COPAVIT un consorzio di secondo livello, la produzione di riferimento proviene dalle tre maggiori cooperative locali, che quindi partecipano di fatto al progetto direttamente attraverso il consorzio, ossia:

CCORAV Consorzio Cooperativo Ortofrutticolo Alto Viterbese	<p>Aderisce al progetto tramite COPAVIT. È un organismo associato di secondo grado che raggruppa cinque cooperative agricole di base operanti nella zona compresa tra il Lago di Bolsena, la Toscana e l'Umbria, interessando i comuni di Grotte di Castro, San Lorenzo Nuovo, Onano, Latera, Acquapendente e Gradoli, per un bacino di utenza di circa 5.000 ettari. Gli agricoltori associati (oltre 600) conferiscono le loro produzioni agricole (cereali, oleaginose, leguminose da granella, patate, ecc.) che vengono stoccate, lavorate confezionate ed immesse sul mercato locale, regionale e nazionale. Il C.C.OR.A.V. è certificato EMAS e partecipa al Marchio "Tuscia Viterbese".</p>
Coop. Centro Agricolo Alto Viterbese A.R.L.	<p>Aderisce al progetto tramite COPAVIT. È attiva dai primi anni settanta ed annovera ad oggi 79 soci, che coltivano appezzamenti per un totale medio annuo di circa 130 ettari nei Comuni di San Lorenzo Nuovo e limitrofi.</p>
Cooperativa Agricola Etruria s.r.l.	<p>Aderisce al progetto tramite COPAVIT. È attiva dai primi anni ottanta ed annovera ad oggi 40 soci, che coltivano appezzamenti per un totale medio annuo di circa 70 ha nei Comuni di Grotte di Castro e limitrofi.</p>

Le tre cooperative raggruppano il 100% delle aziende agricole che nel 2013 hanno richiesto la certificazione IGP, e che conferiscono l'intero prodotto alla cooperativa di appartenenza (dati CCIAA VT).

I produttori nell'area e soci delle cooperative coltivano una superficie totale pari a circa 1.200 ha, con una dimensione media aziendale pari a circa 1,5 ha, e produzioni annue, nel comprensorio, mediamente pari a circa 30.000/35.000 ton concentrate direttamente dalle tre principali Cooperative locali che ne conferiscono, a loro volta, una parte a COPAVIT sulla base delle richieste di mercato.

Potenzialmente, tutta questa produzione potrebbe essere certificata IGP, mentre ad oggi, stante che le prime certificazioni di prodotto in campo sono state effettuate nella stagione pataticola 2013, le quantità di patate commercializzate a marchio risultano pari a circa 3.000 ton per le tre cooperative.

Si sottolinea come all'iniziativa parteciperanno quindi in via indiretta numerosissime Aziende Agricole, la maggior parte delle quali hanno demandato la loro rappresentanza alle stesse Cooperative.

La volontà condivisa da tutti i soggetti elencati è quella di partecipare pienamente alle attività di promozione della IGP "Patata dell'Alto Viterbese", avvantaggiandosi, nello specifico, delle opportunità offerte dal PSR, promuovendo un sistema a rete che indirizzi l'interesse di consumatori ed operatori (consumatori singoli o aggregati, buyer di settore, addetti alle mense ed alla ristorazione, ecc.) verso il territorio, i suoi prodotti e le peculiarità dell'agro-ambiente.

Questo obiettivo viene perseguito attraverso azioni sinergiche di comunicazione ed informazione sulle peculiarità dei prodotti, il cui effetto peraltro si riverbera ovviamente anche sulla promozione territoriale e interessa, quindi, alcuni aspetti riconducibili al turismo con particolare riferimento a quello rurale ed enogastronomico.

L'interesse di COPAVIT per la promozione dell'IGP, del territorio, della agricoltura e della pataticoltura di qualità è testimoniata anche dalla attivazione, sempre con il supporto delle cooperative che la costituiscono, di n. 2 iniziative per le quali è stato richiesto un aiuto in ambito PSR Lazio 2007/2013 Mis. 124 in Associazione Temporanea di Scopo con UNITUS-DIBAF, denominate:

1. *Applicazione e informatizzazione dei modelli previsionali per la lotta alla Tignola e Peronospora della patata al comprensorio dei Comuni dell'IGP "Patata dell'Alto Viterbese";*
2. *Area Tecnologica: processi innovativi di lavorazione della patata di IV gamma,*

entrambi in fase di valutazione da parte della Regione Lazio e sempre su specifico mandato delle cooperative consorziate.

Precedentemente, sempre in ambito PSR Lazio 2007/2013, COPAVIT è stato capofila della Progettazione Integrata Territoriale RL013, nella quale ha attivato le Misure 123 (Atto di concessione 330/VT/2010/123Az.1/RL013) e 124 (Atto di concessione 17/124/23), PIF recentemente conclusa ed il cui obiettivo specifico era la promozione della filiera pataticola locale con specifico riferimento alla produzione di qualità, in parallelo al riconoscimento dell'IGP da parte del MIPAAF.

Attualmente, inoltre, COPAVIT sta completando un progetto di miglioramento aziendale per il quale è stato richiesto un aiuto sempre in ambito PSR Lazio 2007/2013 Mis. 123, Atto di concessione: 68/VT/2013 del 31/07/2013, indirizzato al miglioramento delle performance ambientali e di sicurezza dell'impianto di lavorazione.

3. Obiettivi e finalità perseguite, target di riferimento e indicatori di risultato attesi.

L'obiettivo del Progetto è quello di incrementare la consapevolezza circa la salubrità e validità in termini di sostenibilità ambientale e qualità organolettiche della IGP "Patata dell'Alto Viterbese", e favorire i consumi di questo prodotto a livello di singoli e soprattutto di operatori specialisti del settore.

Questo obiettivo prioritario viene perseguito attraverso azioni sinergiche di comunicazione ed informazione sulle peculiarità organolettiche, di provenienza territoriale e di sostenibilità agro-ambientale dei prodotti, direttamente veicolate ai consumatori attraverso incontri e degustazioni, nel corso dei quali queste caratteristiche vengono ampiamente messe in risalto.

Tra le azioni previste nell'iniziativa, di cui si richiede un aiuto PSR, si distinguono:

a - l'organizzazione di incontri informativi con buyer ed operatori di settore, della ristorazione e scolastici, con consumatori singoli o associati (GAS Gruppi Acquisto Solidali, DES Distretti di Economia Solidale, operatori del Turismo Responsabile, ecc.), il tutto con specifico riferimento al sistema di offerta locale rappresentato dagli attori della filiera (cooperative, grossisti, COPAVIT, ecc.).

b - la stampa di materiale informativo sulla IGP "Patata dell'Alto Viterbese", sui produttori, sulle cooperative e sulle forme e marchi di commercializzazione;

c - l'implementazione del sito internet di COPAVIT, le cui caratteristiche tecniche consentiranno a COPAVIT stesso di monitorare l'offerta ed organizzare le attività di promozione/informazione/comunicazione sul web da parte degli operatori locali, in particolare le cooperative le cui pagine specifiche sarebbero pubblicate sul sito anche tramite banner;

d - il coordinamento per l'organizzazione logistica delle azioni, che sarà svolto da personale appositamente incaricato.

Le singole azioni previste sono state delineate per centrare alcuni obiettivi specifici, come di seguito sintetizzato in forma sintetica tabellare (*Tab. 1.: sintesi delle attività*).

Tab. 1: sintesi delle attività.

	azione	obiettivo specifico	indicatore di risultato	partecipanti previsti ovvero soggetti coinvolti
A	iniziative ed eventi di animazione rivolte ai docenti, commissione mense scolastiche scuole della Provincia di Viterbo (e Province limitrofe, RI, TR, GR, SI, RM)	Promuovere la richiesta da parte dei mercati di riferimento della IGP “Patata dell’Alto Viterbese”, anche attraverso iniziative volte ad incrementare l’educazione alimentare e la consapevolezza della sostenibilità ambientale presso il maggior numero di consumatori a livello regionale e nazionale.	n. di categorie di operatori coinvolte;	2 incontri, previsti totale 10 partecipanti
B	iniziative ed eventi di animazione rivolte ai referenti delle mense aziendali della Provincia di Viterbo (e Province limitrofe, RI, TR, GR, SI, RM)		n. di operatori coinvolti per categoria;	2 incontri, previsti totale 10 partecipanti
C	iniziative ed eventi di animazione rivolte agli operatori di settore (buyer), ristorazione collettiva (mense aziendali e scolastiche, ospedaliera, ecc.): workshop		n. di incontri svolti; n. di strutture coinvolte;	2 incontri, previsti totale 10 partecipanti
D	iniziative ed eventi di animazione rivolte agli operatori di settore (buyer), ristorazione collettiva (mense aziendali e scolastiche, ospedaliera, ecc.): incontri personalizzati		n. di operatori coinvolti che contattano il sito WEB;	10 incontri personalizzati
E	attuazione di percorsi educativi-didattici rivolti agli studenti delle scuole della Provincia di Viterbo (e Province limitrofe)	Informare e fornire elementi di base per facilitare l’educazione alimentare e la consapevolezza della sostenibilità ambientale presso un numero elevato di studenti delle scuole primarie e secondarie	n. di scuole coinvolte; n. di incontri svolti; n. di studenti coinvolti.	3 incontri, previsti totale 60 partecipanti

(continua)

(segue)

	azione	obiettivo specifico	indicatore di risultato	partecipanti previsti ovvero soggetti coinvolti
F	comunicazione tramite supporti multimediali, implementazione/produzione sito internet	<p>Promuovere e facilitare l'individuazione dell'area di provenienza della IGP "Patata dell'Alto Viterbese" e il suo acquisto, anche attraverso iniziative volte ad incrementare l'educazione alimentare e la consapevolezza della sostenibilità ambientale presso il maggior numero di utenti del WEB.</p> <p>Informare circa l'andamento del Progetto e sulle iniziative in corso;</p> <p>Informare circa l'offerta locale del prodotto IGP fresco e trasformato.</p> <p>Favorire il raggiungimento sul WEB da parte degli operatori/consumatori delle singole aziende e delle cooperative locali.</p> <p>Sostanziare la rete diffusa di prodotti/offerta IGP</p>	<p>A n. contatti sul sito COPAVIT</p> <p>B n. contatti su altri siti (cooperative locali) se reindirizzati dal sito COPAVIT</p> <p>$C = B/A\%$</p>	Operatori di settore (buyer, rappresentanti mense scolastiche, aziendali, ospedaliere, ecc.). Consumatori singoli. Consumatori associati.

Sulla base del sistema di indici sopra specificato ed in considerazione della breve durata dell'attività proposta (entro giugno 2015), al termine dei lavori sarà effettuata e comunicata alla Regione Lazio la rilevazione dei risultati di progetto ai fini della verifica di efficacia dell'intervento proposto.

Gli indici saranno ricavati:

per quanto attiene agli incontri promozionali ed informativi: dalla verifica della partecipazione diretta da parte degli operatori alle attività di volta in volta proposte, comprovata dalla sottoscrizione di schede per evento;

per quanto attiene al WEB: dal computo degli accessi alle aree specifiche promozionali dell'IGP sia sul sito COPAVIT che su quelli degli altri soggetti coinvolti (cooperative), anche attraverso il contatore *mi piace*.

4. Strategia prescelta, azioni proposte, motivazioni tecnico-economiche.

Il Progetto è una proposta di durata annuale indirizzata prioritariamente ad aumentare l'informazione e la conoscenza dei consumatori sulle caratteristiche della IGP "Patata dell'Alto Viterbese" e favorirne il consumo, attraverso l'organizzazione di incontri con operatori del settore e veicolando la commercializzazione del prodotto certificato sia fresco che di IV gamma disponibile presso i produttori e le cooperative locali, che commercializzano il 100% del prodotto a certificazione IGP.

In particolare, l'obiettivo è quello di facilitare ed accelerare la penetrazione sul mercato della ristorazione, delle mense (scolastiche, aziendali, ospedaliere, ecc.) delle produzioni locali di patata, in quanto già solo la realizzazione degli obiettivi produttivi e di vendita di COPAVIT influirebbe positivamente sull'intera economia delle cooperative locali (e sugli agricoltori che rappresentano), fornitrici uniche di materia prima per l'impianto di trasformazione.

Ogni incremento sia nella vendita di prodotto che nel relativo prezzo unitario spuntato del prodotto IGP, con particolare riferimento alla IV gamma, si riflette infatti su una maggiore disponibilità economica da redistribuire nell'intera filiera, consentendo in definitiva alle cooperative di redistribuire una maggiore quantità di risorse ai propri soci e di consolidare o ampliare la pataticoltura nell'areale IGP.

Si consideri infatti come per quanto attiene alle cooperative che costituiscono COPAVIT e che rappresentano la totalità della domanda di certificazione IGP da parte degli agricoltori locali, la fase commerciale è sufficientemente avviata per il solo prodotto fresco, venduto sfuso o insacchettato a grossisti e GDO, e necessiterebbe eventualmente solo di un ulteriore impulso per la piena realizzazione degli obiettivi di vendita delle quantità di prodotto disponibile annualmente.

In questo caso, quindi, oltre che indirizzarsi al potenziale incremento delle quantità vendute, l'auspicio è quello di riuscire a instaurare nuovi contatti per la vendita dei propri prodotti, per differenziare le opportunità di mercato e spuntare prezzi migliori.

Dal punto di vista delle cooperative, infatti, la riuscita dell'iniziativa proposta dal punto di vista commerciale e principalmente attraverso gli auspicati incrementi nelle vendite di prodotto di IV gamma, avrebbe notevoli riflessi anche nel campo dell'organizzazione e della programmazione delle produzioni da parte delle stesse cooperative, che ad ogni nuova stagione pataticola potrebbero essere incrementate o indirizzate verso alcune varietà, in funzione del profilarsi di specifiche opportunità di mercato soprattutto per il trasformato.

Appare quindi evidente come tutti i benefici ottenuti da un eventuale incremento nella commercializzazione del prodotto nelle sue diverse disponibilità (fresco, insacchettato, IV gamma) si rifletterebbe automaticamente sull'intera filiera produttiva locale, compreso l'indotto rappresentato dal settore tecnico (agronomi, agrotecnici, ecc.) impegnati nella miglioramento qualitativo del prodotto (ad es. COPAVIT attiva n. 2 iniziative PSR Mis. 124 in Associazione Temporanea di Scopo con UNITUS-DIBAF), e dei fornitori di beni e servizi (terzisti, commercianti, ecc.) ed altri.

È da sottolineare che l'iniziativa potrebbe agire da propulsore per alcune altre produzioni agricole tipiche locali, sempre veicolate dalle cooperative locali e realizzate dai propri associati, alcuni dei quali attivano il Marchio Natura in Campo, tra le quali soprattutto i legumi (fagioli, cece, lenticchia), cipolle, vini (aleatico), ecc.

Anche queste produzioni, infatti, potrebbero giovare indirettamente della implementazione del sito COPAVIT e della promozione territoriale ivi inserita, che ne faciliterebbero la presentazione al consumatore.

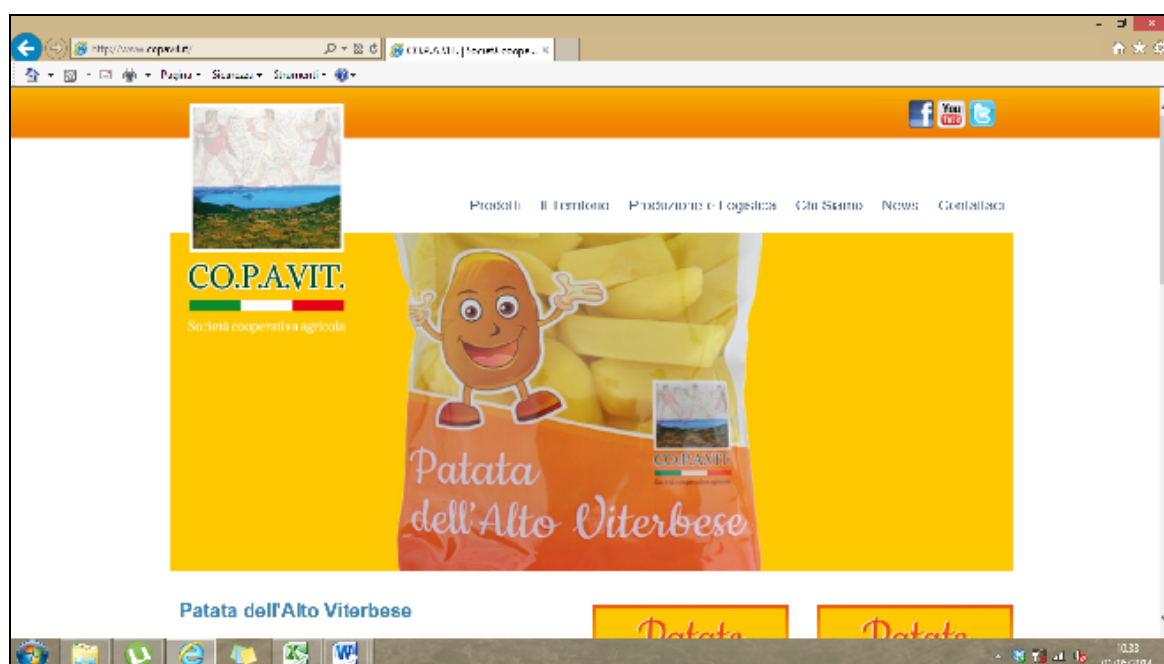
La proposta si struttura in numerose iniziative, che coinvolgono direttamente operatori di settore, insegnanti, commissioni mensa ed operatori delle mense di scuole, della ristorazione collettiva (mense scolastiche, aziendali, ospedaliere, ecc.) locale, regionale, nazionale, i GAS, i DES, sensibilizzando i consumatori alle correlazioni tra prodotto di qualità certificata e territorio di provenienza.

La strategia adottata è quella del coinvolgimento diretto e personale degli utenti, con particolare riferimento a buyer ed operatori della ristorazione e delle mense, in quanto si ritiene che per lo specifico settore sia necessario provvedere ad incontrare direttamente gli operatori di mercato, ai quali fornire tutte le necessarie specifiche organolettiche, qualitative, tecniche e tecnologiche del prodotto, e per individuare e contestualizzare le migliori condizioni di collaborazione economica tra gli attori della filiera.

Tutte le iniziative proposte saranno quindi raccordate tramite il sito WEB di COPAVIT (www.copavit.it), appositamente implementato, attraverso il quale si provvederà a:

- rendere disponibili agli utenti on line tutte le informazioni circa le caratteristiche e peculiarità chimico-fisiche ed organolettiche della patata e della pataticoltura locale, compresi i riferimenti alle disposizioni IGP, agli aspetti agronomici ed ai principali operatori locali;
- favorire il raggiungimento sul WEB da parte degli operatori/consumatori dei singoli operatori locali, al fine di ricevere ulteriori informazioni sulle produzioni disponibili e modalità di commercializzazione;
- informare gli utenti del WEB circa l'offerta da parte degli operatori locali della IGP "Patata dell'Alto Viterbese";
- informare gli utenti circa l'andamento del Progetto e sulle iniziative in corso;
- sostanziare la rete di produttori locali e di cooperative nei confronti del mercato locale, regionale, nazionale, al fine di rappresentare il riferimento privilegiato per operatori, buyer e gruppi di acquisto.

Fig. 1: sito www.copavit.it



La scelta di implementare il sito COPAVIT già esistente è stata effettuata in quanto tale supporto era già stato immaginato, progettato e predisposto per l'introduzione di ulteriori e più specifiche informazioni relativamente alla filiera pataticola locale, e per la costituzione di una rete informativa locale condivisa con le cooperative locali e basata sul WEB, attraverso la quale promuovere il prodotto IGP, la sua specificità, le stesse cooperative ed i loro prodotti (patate fresche ed insacchettate, altre produzioni agricole, cc.), il territorio e le iniziative di promozione locale.

5. Descrizione delle attività.

Tra le modalità di intervento previste nel progetto e come già precedentemente sintetizzato in *Tab. 1: sintesi delle attività*, sono comprese:

A iniziative ed eventi di animazione rivolte ai docenti, commissione mensa e agli operatori di mense scolastiche e aziendali delle scuole della Provincia di Viterbo (e Province limitrofe, RI, TR, GR, SI, RM) senza distinzione tra primaria e secondaria, con:

- n. 2 incontri organizzati presso sedi scolastiche da individuare, che coinvolgeranno prevedibilmente n. 10 tra docenti, componenti della commissione mensa ed operatori di mense scolastiche ad incontro;
- n. 2 incontri organizzati presso sedi da individuare, che coinvolgeranno prevedibilmente n. 10 operatori di mense aziendali ad incontro.

A questi incontri della durata di almeno tre ore a seconda delle disponibilità offerte dai singoli istituti o dagli operatori, verranno fornite ai soggetti indicazioni e nozioni di base nel campo della nutrizione e della corretta alimentazione ed utilizzo dell'IGP, e verranno offerti dei campioni di prodotto COPAVIT a titolo di assaggio e degustazione; gli incontri saranno indirizzati principalmente all'informazione e promozione dell'IGP, allo scopo di informare i consumatori e gli operatori economici sui livelli di qualità e salubrità della produzione locale, considerando che i dirigenti scolastici, gli insegnanti, gli operatori, i genitori rivestono ognuno un ruolo fondamentale nell'accompagnare la corretta alimentazione promossa dalla mensa scolastica, divenendo divulgatori di una buona alimentazione.

L'articolazione di questa azione consente di coinvolgere un elevato numero di beneficiari ad un costo estremamente contenuto in relazione alla facilità di interessare un ingente numero di operatori contemporaneamente, salvaguardando la qualità e l'intensità del messaggio.

B iniziative ed eventi di animazione rivolte agli operatori di settore (buyer), ristorazione collettiva (mense aziendali e scolastiche, ospedaliere, ecc.) ristorazione locale, regionale, nazionale, GAS, DES, esercizi commerciali, con:

- n. 2 workshop: incontri organizzati presso sedi localizzate individuate a livello regionale o nazionale, presso le quali saranno invitati operatori rappresentativi delle singole categorie ai quali sarà proposta la IGP "Patata dell'Alto Viterbese", che coinvolgeranno prevedibilmente n. 10 partecipanti ad incontro; durante questi incontri, verranno fornite ai soggetti indicazioni e nozioni di base circa l'identità territoriale e le peculiarità della IGP "Patata dell'Alto Viterbese", e nozioni nel campo della nutrizione e della corretta alimentazione ed utilizzo del prodotto, e verranno offerti assaggi e degustazioni;

- incontri localizzati personalizzati, direttamente presso la sede di operatori specialisti del settore e buyer di rilevanza regionale o nazionale, per un totale stimato di circa 10 soggetti, ai quali sarà proposta la IGP “Patata dell’Alto Viterbese”.

C attuazione di percorsi educativi-didattici rivolti agli studenti delle scuole della Provincia di Viterbo (e Province limitrofe) senza distinzione tra primaria e secondaria, con:

- n. 3 incontri divulgativi: visite per gruppi di – mediamente e prevedibilmente – 20 studenti per gruppo presso il centro di lavorazione e trasformazione del COPAVIT, Cooperative e Aziende Agricole locali; a questi incontri della durata di una mattina a seconda delle disponibilità offerte dai singoli istituti, verranno fornite agli studenti indicazioni e nozioni di base nel campo della nutrizione, della corretta alimentazione e della produzione della patata e della sua lavorazione da parte degli operatori locali con personale interno ed Agronomi specialisti, e verranno offerti degli assaggi del prodotto appositamente preparato; tra gli studenti partecipanti sarà indetto un concorso per la realizzazione di disegni o altre opere dedicati al mondo della produzione agricola rispettosa dell’ambiente e della corretta alimentazione da concordare con i docenti.

L'articolazione di questa azione consente di coinvolgere un elevato numero di beneficiari ad un costo estremamente contenuto in relazione alla facilità di interessare un ingente numero di studenti contemporaneamente, salvaguardando la qualità e l'intensità del messaggio.

Tutte le attività descritte saranno contraddistinte dalla produzione di specifico materiale divulgativo stampato, mirato e diversificato a seconda del target e della tipologia di prodotti di volta in volta presentati.

In via preliminare, si presuppone di procedere alla stampa di:

- opuscoli formato 15x21, n. 8 facciate 4/4 colori, in almeno 500 copie, e
- depliant informativi formato A4, n. 2 facciate colori, in almeno 5000 copie.

Della predisposizione del materiale saranno di volta in volta referenti i tecnici incaricati direttamente da COPAVIT in accordo con le cooperative di riferimento.

Le limitate quantità di materiali stampati, come anche la scelta di non procedere alla realizzazione di altri gadgets, oggetti promozionali con logo, ecc., rientra in una precisa valutazione da parte dei partecipanti all’iniziativa, che non ritengono produttivo, per questo specifico settore e tipologia di prodotto e di utenza, realizzare tali investimenti.

D’altra parte, la limitatezza della durata del progetto sconsiglia di procedere ad investimenti per la realizzazione di audiovisivi, che possono invece essere ben surrogati dalla organizzazione di incontri diretti con gli operatori di settore e consumatori, i quali sono generalmente interessati a materiale di specifico riferimento al prodotto, peraltro già precedentemente prodotto a sufficienza da diversi referenti territoriali (CCIAA di Viterbo, cooperative, ecc.).

Altresì, le campagne promozionali basate su spot radiotelevisivi, appaiono eccessivamente costose rispetto alla risposta che la tipologia di prodotto possa sortire nel breve periodo, in considerazione della necessità di proporre tali spot a livello nazionale, e del fatto che non si sta promuovendo un marchio commerciale o uno specifico prodotto effettivamente rinvenibile su tutto il territorio nazionale.

A monte di queste considerazioni, infatti, si è considerato come:

- la durata limitata dell'iniziativa (da concludersi entro giugno 2015);
- la necessità di promuovere il prodotto principalmente verso gli operatori di mercati organizzati (mense, ristoranti, ecc.), che garantiscono una concentrazione della domanda che è confacente alla tipologia di prodotto sia fresco che in IV gamma;
- la difficoltà oggettiva, stante la natura del prodotto, di portare a conoscere il prodotto, il territorio e di invogliare all'acquisto i consumatori singoli sia per quanto riguarda il fresco che la IV gamma se residenti lontano dalla zona di produzione,

inducano a privilegiare un approccio personalistico alla promozione dell'IGP e delle produzioni disponibili a chi fosse interessato all'acquisto, sia per quanto riguarda il fresco che la IV gamma.

In questa ottica, quindi, COPAVIT affiderà la predisposizione, organizzazione e realizzazione delle attività come sopra descritte ad un consulente esterno di comprovata capacità ed esperienza nello specifico settore della promozione agroalimentare ed animazione territoriale, da individuarsi su base curriculare successivamente all'approvazione del presente progetto da parte della Regione Lazio.

È da notare come in tutti gli incontri e workshop, sia rivolti a operatori specialisti che a studenti presso COPAVIT, si provvederà a proporre un assaggio/degustazione del prodotto di IV gamma, appositamente cucinato con l'eventuale utilizzo di strutture mobili. Il relativo costo (quantità e valore della campionatura e costo della cucina mobile e servizio) è stato stimato da COPAVIT sulla base di precedenti esperienze.

7. Piano finanziario riepilogativo dettagliato relativo alle tipologie di spesa.

Per la realizzazione delle attività previste le tipologie di spesa del progetto complessivo da considerare sono quelle di seguito riportate in *Tab. 2: sintesi dei costi da sostenere per l'iniziativa*, con computo per voce.

Tab. 2: sintesi dei costi da sostenere per l'iniziativa.

TIPOLOGIA DI SPESA	IMPONIBILE	PSR	COPAVIT
		70%	30%
Beni e servizi necessari alla informazione e promozione	9.630,00	2.118,60	11.748,60
Realizzazione campagne promozionali, seminari ed incontri con operatori	48.940,00	10.766,80	59.706,80
Presenza a manifestazioni, fiere ed eventi	-	-	-
Spese Generali	4.685,60	1.030,83	5.716,43
TOTALE	63.255,60	13.916,23	77.171,83

N.B. tutti le cifre riportate sono da considerarsi IVA esclusa.

Tali computi sono stati ricavati a partire dal *Piano finanziario* di seguito riportato in *Tab. 3*, e nella successiva *Tab. 4: elenco dei preventivi di spesa e parametri di scelta* nel quale sono stati dettagliati tutti i singoli costi che COPAVIT deve sostenere per la realizzazione di ogni singolo evento previsto.

Nelle spese generali saranno compresi i costi relativi alle consulenze per la predisposizione del progetto, la predisposizione della documentazione e degli allegati al MUD, la gestione amministrativa dell'iniziativa nei confronti della Regione Lazio, compresa l'immissione a sistema del MUD e la redazione di relazioni e rendicontazione.

Tab. 3: Piano finanziario.

ATTIVITA' - CENTRI DI COSTO PER INCONTRI CON:	costo unitario				costo totale (€)
	€	Unità	N°	Unità	
OPERATORI DI SETTORE, RISTORAZIONE COLLETTIVA (MENSE AZIENDALI) CON N. 2 INCONTRI TEMATICI X 10 OPERATORI					
consulenza: organizzazione logistica evento e segreteria organizzativa, animazione, incontri con operatori	250,00	€/persona/giorno	30	gg	7.500,00
personale interno: segreteria organizzativa in loco	80,00	€/persona/giorno	4	gg	320,00
noleggio spazi per workshop, compreso allestimento, luce elettrica e utenze	-	€/noleggio	2	incontri	-
acquisto prodotti per campionatura buffet degustazione	100,00	€/fornitura	2	buffet	200,00
progettazione contenuti opuscolo formato 15*21 8 facciate 4/4 colori	250,00	€/persona/giorno	2	gg	500,00
progettazione grafica e stampa opuscolo formato 15*21 8 facciate 4/4 colori, 100 copie	5,00	€/fornitura	100,00	copie	725,00
TOTALE					9.245,00
OPERATORI DI SETTORE, RISTORAZIONE COLLETTIVA (MENSE SCOLASTICHE) CON N. 2 INCONTRI TEMATICI X 10 OPERATORI					
consulenza: organizzazione logistica evento e segreteria organizzativa, animazione, incontri con operatori	250,00	€/persona/giorno	30	gg	7.500,00
personale interno: segreteria organizzativa in loco	80,00	€/persona/giorno	4	gg	320,00
noleggio spazi per workshop, compreso allestimento, luce elettrica e utenze	-	€/noleggio	2	incontri	-
acquisto prodotti per campionatura buffet degustazione	100,00	€/fornitura	2	buffet	200,00
progettazione grafica e stampa opuscolo formato 15*21 8 facciate 4/4 colori, 100 copie	5,00	€/fornitura	100,00	copie	725,00
TOTALE					8.745,00
OPERATORI DI SETTORE, RISTORAZIONE LOCALE, REGIONALE, NAZIONALE CON N. 2 WORKSHOP X 10 OPERATORI					
consulenza: organizzazione logistica evento e segreteria organizzativa, animazione, incontri con operatori	250,00	€/persona/giorno	40	gg	10.000,00
personale interno: segreteria organizzativa in loco	80,00	€/persona/giorno	4	gg	320,00
noleggio spazi per workshop, compreso allestimento, luce elettrica e utenze	500,00	€/noleggio	2	incontri	1.000,00
acquisto prodotti per campionatura buffet degustazione	100,00	€/fornitura	2	buffet	200,00
progettazione grafica e stampa opuscolo formato 15*21 8 facciate 4/4 colori, 100 copie	5,00	€/fornitura	100,00	copie	725,00
TOTALE					12.245,00

ATTIVITA' - CENTRI DI COSTO PER INCONTRI CON:	costo unitario				costo totale (€)
	€	Unità	N°	Unità	
OPERATORI DI SETTORE, RISTORAZIONE LOCALE, REGIONALE, NAZIONALE CON n. 10 INCONTRI PERSONALIZZATI					
consulenza: organizzazione logistica evento e segreteria organizzativa, animazione, incontri con operatori	250,00	€/persona/giorno	30	gg	7.500,00
personale interno: segreteria organizzativa in loco	80,00	€/persona/giorno	10	gg	800,00
noleggio spazi per workshop, compreso allestimento, luce elettrica e utenze	-	€/noleggio	0	incontri	-
acquisto prodotti per campionatura buffet degustazione	100,00	€/fornitura	0	buffet	-
progettazione grafica e stampa opuscolo formato 15*21 8 facciate 4/4 colori, 100 copie	5,00	€/fornitura	100,00	copie	725,00
TOTALE					9.025,00
DEGUSTAZIONE CONSUMATORI: SCOLARESCHI, GAS, DES, PRESSO COPAVIT CON N. 3 INCONTRI X 20 PARTECIPANTI					
consulenza: organizzazione logistica evento e segreteria organizzativa, animazione, incontri con operatori	250,00	€/persona/giorno	45	gg	11.250,00
personale interno: segreteria organizzativa in loco	80,00	€/persona/giorno	6	gg	480,00
noleggio cucina mobile, compreso allestimento, luce elettrica e utenze	250,00	€/noleggio	3	incontri	750,00
acquisto prodotti per campionatura buffet degustazione	200,00	€/fornitura	3	buffet	600,00
progettazione contenuti depliant informativo formato A4 2 facciate colori	250,00	€/persona/giorno	2	gg	500,00
progettazione grafica e stampa depliant informativo form. A4 2 facciate colori, 5000 copie	0,33	€/fornitura	5.000,00	copie	2.480,00
TOTALE					16.060,00
IMPLEMENTAZIONE SITO WWW					
progettazione contenuti da inserire nel sito WEB	150,00	€/persona/giorno	5	gg	750,00
aggiornamento pagine sito WEB COPAVIT	250,00	€/persona/giorno	10	gg	2.500,00
TOTALE					3.250,00
TOTALE SPESE PREVISTE PER INVESTIMENTI					
					58.570,00
SPESE GENERALI (max 8%)					
					4.685,60
TOTALE GENERALE SPESE PREVISTE PER L'INTERVENTO					
					63.255,60

Tab. 4: elenco dei preventivi di spesa e parametri di scelta.

INVESTIMENTO	preventivo 1	ditta	preventivo 2	ditta	preventivo 3 - SCELTO	ditta SCELTA	motivazione della scelta
consulenze esterne qualificate	PARAMETRO: 250 €/GG, costo giornata/tecnico: tariffe omnicomprenditive (onorario, spese per spostamenti con mezzo proprio, materiale consumabile, ecc.), commisurate ed inferiori a quanto stabilito dal Decreto 3 Settembre 1997 N. 478 "Regolamento recante adeguamento dei compensi a vacanza per le prestazioni professionali dei dottori agronomi e forestali" .						
stampa opuscoli formato 15x21, n. 8 facciate 4/4 colori, 500 copie	2.900,00	la stampa	2.770,00	grazini mecarini	2500,00	ceccarelli	Fornitore fidelizzato, e migliore offerta economica
stampa depliant informativi formato A4, n. 2 facciate colori, 5000 copie	2.480,00	la stampa	2.440,00	grazini mecarini	2150,00	ceccarelli	Fornitore fidelizzato, e migliore offerta economica
progettazione contenuti e aggiornamento pagine sito WEB COPAVIT			3.525,00	graphisfera srl	3.250,00	costasoft srl	Fornitore fidelizzato, e migliore offerta economica
noleggio spazi per workshop, compreso allestimento, luce elettrica e utenze	Costo stimato da COPAVIT sulla base di precedenti esperienze: almeno 500,00 €/incontro, riconducibili alle numerose voci che compongono la fornitura, quali generatore di energia elettrica, eventuale copertura con gazebo o tenda o ombrellone, disponibilità di proiettori, PC, ecc.; non comprende affitto di locali, messi a disposizione da COPAVIT.						
noleggio cucina mobile, compreso allestimento, luce elettrica e utenze	Costo stimato da COPAVIT sulla base di precedenti esperienze: almeno 250,00 €/incontro, riconducibili alle numerose voci che compongono la fornitura, quali generatore di energia elettrica della cucina, attrezzature, minuteria, eventuale copertura con gazebo o tenda o ombrellone, materiale consumabile quali stoviglie usa e getta, ecc.						
acquisto prodotti per campionatura buffet degustazione	Costo stimato da COPAVIT per la campionatura per incontri con operatori, sulla base di precedenti esperienze: almeno 100,00 €/incontro. Costo stimato da COPAVIT per la campionatura per incontri con studenti, sulla base di precedenti esperienze: almeno 200,00 €/incontro.						

8. Analisi costi-benefici.

L'analisi costi benefici richiesta dal Bando di Misura si basa su dati previsionali applicati ai risultati economici di una impresa, ipotizzando l'attuazione di specifiche azioni ed iniziative indirizzate al miglioramento degli aspetti quali-quantitativi della produzione ed all'incremento degli utili.

In particolare, in questa sede si dovrebbe fare riferimento agli effetti delle specifiche azioni richieste a finanziamento da COPAVIT.

Tuttavia, tra le azioni previste e da sottoporre ad analisi costi benefici, l'effetto sulla remuneratività determinato dalla attuazione del Progetto è evidentemente inattuabile.

Tale condizione non è ovviamente da ascrivere ad una volontà di scansare la richiesta, quanto piuttosto ad una valutazione effettuata circa la possibilità di descrivere eventuali effetti quantitativi (incremento di prezzo, maggiore produzione, minore costo di produzione, ecc.) determinati dall'attivazione di iniziative indirizzate esclusivamente alla informazione e promozione dei prodotti certificati IGP, e finalizzati alla sensibilizzazione degli utenti (in questo caso buyer, operatori scolastici e delle mense, della ristorazione, consumatori singoli o aggregati) circa la loro salubrità e sostenibilità.

Appare quindi arduo riuscire ad individuare un effetto immediato e positivo di queste azioni di sensibilizzazione sulla redditività del prodotto commercializzato, mentre addirittura la attuazione del Progetto potrebbe prefigurare – almeno nell'anno di attuazione del Progetto – un aggravio di costi per COPAVIT e le cooperative di riferimento.

Nelle intenzioni di COPAVIT e delle cooperative di riferimento, come di qualsiasi altro soggetto che attivi la Misura 133, tale Progetto è utile non solo ai fini della qualificazione del prodotto con effetti diretti sull'incremento della produttività o delle quantità vendute, ma anche ad interessare un numero sempre più elevato di soggetti alle peculiarità dei prodotti a certificazione territoriale, tipici, tradizionali, di qualità e dei sistemi di produzione e trasformazione, oltre che sul territorio di provenienza.

Sulla base di queste considerazioni, quindi, si ritiene non congruo l'accostamento delle attività di Progetto ad un parametro quantitativo cui attribuire un effetto (positivo o negativo) sulla redditività della produzione di prodotti IGP anche trasformati; di conseguenza, appare altresì non congruo lo sviluppo di una analisi costi benefici, che risulterebbe ben lungi dal poter essere giudicata formalmente corretta.

Allegati.

Allegato 1: verbale di approvazione del progetto.

Allegato 2: preventivi di spesa: investimenti materiali ed immateriali.

Allegato 3: bozze del materiale cartaceo stampato.