

SEZIONE I
PROGETTO COMPLESSIVO
Cooperazione interterritoriale

TITOLO DEL PROGETTO DI COOPERAZIONE

Mercato Amico

CODICE PROGETTO

SOGGETTI COINVOLTI

GAL Capofila

GAL Luoghi del Mito
 Indirizzo: Piazza XX Settembre c/o Palazzo Municipale 74017 Mottola (TA)
 telefono/fax: Tel. 099-8866942; Fax 099-8867913
 posta elettronica: info@luoghidelmito.it
Referente: Daniel dal Corso, danieldalcorso@hotmail.com, 099/8866021

Partner n. 1

GAL Terre del Primitivo
 Indirizzo: Via XX Settembre Palazzo Resta, 74024 Manduria (TA)
 telefono/fax: Tel. 099-9737871 Fax 099-9737871
 posta elettronica: info@galterredelprimitivo.it
Referente: Luigi Lanzo, info@galterredelprimitivo.it, 099/9737871

Partner n. 2

GAL Gargano s.c.a.r.l.
 Indirizzo: Via S. Antonio Abate 119 71037 Monte Sant'Angelo (FG)
 telefono/fax: Tel. 0884 -562088 - Fax 0884 -568476
 posta elettronica: nictrombetta@tiscali.it
Referente: Nicola Trombetta, nictrombetta@tiscali.it, 0884 -562088

Partner n. 3

GAL Alto Salento
 Indirizzo: Via Cattedrale, 11 72017 Ostuni (BR)
 telefono/fax: Tel. 0831-303998 - Fax 0831-303998
 posta elettronica: info@galaltosalento.it
Referente: Carmelo Greco, e-mail, numero di telefono

Partner n. 4

GAL Arca Abruzzo
 Indirizzo: Via Montorio al Vomano, 2
 telefono/fax: 0862-482212
 posta elettronica: galarca.abruzzo@tele2.it
Referente: Rita Righetti, galarca.abruzzo@tele2.it, 0862-482212

Autorità di gestione del gal capofila

Regione Puglia – Assessorato Risorse Agroalimentari – Ufficio III – Assistenza tecnica,
 Associazionismo e Cooperazione agricola – Unità operativa LADER+
 indirizzo: Lungomare Nazario Sauro, 45/47 – 70121 Bari

telefono/fax: 080/5405196 – Fax 080/5405224 - 5405206

posta elettronica: csallustio@regione.puglia.it

Referente: Dott. Cosimo R. Sallustio

Altre Autorità di gestione coinvolte

Regione Abruzzo – Direzione Agricoltura, Foreste e Sviluppo Rurale, Alimentazione, Caccia e Pesca
Servizio Piani e Programmi Integrati

indirizzo: Via Catullo, 17 - 65100 PESCARA

telefono/fax: tel 085 7672807 fax 085 7672 932

posta elettronica: Francesco.bozzelli@regione.abruzzo.it

Referente: Francesco BOZZELLI

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Origini e motivazioni dell'idea progettuale

Nei mercati agroalimentari italiani ed europei coesistono differenti tipologie di prodotto:

- **prodotti con certificazione dell'origine:** DOP (denominazione d'origine protetta), IGP (indicazione geografica protetta), STG (specialità tradizionale garantita), DOC (denominazione di origine controllata), DOCG (denominazione di origine controllata e garantita), IGT (indicazione geografica tipica).
- **prodotti di marca del produttore e della grande distribuzione organizzata**
- **prodotti riconosciuti dal consumatore** indipendentemente dal loro segno identificativo o dal loro sistema di garanzia

Relativamente ai prodotti con certificazione dell'origine, si evidenzia che nell'Unione Europea i prodotti con marchio DOP e IGP sono più di 680, di cui 148 sono italiani, pari a circa il 21% del totale comunitario. In occasione della presentazione *della ricerca CIRM/Consorzio Mela Val di Non* (2004), la Coldiretti ha evidenziato che sette italiani su dieci conoscono il significato di alimenti "DOP", la metà dei consumatori è in grado di citare il nome di uno o due prodotti DOP e la maggior parte degli italiani è disposta a pagare il 10% in più per questi prodotti.

I prodotti di marca del produttore e della grande distribuzione svolgono un ruolo dominante nell'approvvigionare i mercati agroalimentari. Allo stato attuale molti di questi prodotti sono in possesso di certificazione della qualità alle norme ISO e molti sono anche i prodotti biologici, grazie, soprattutto, alle operazioni di razionalizzazione, conseguite nell'ultimo decennio, nella catena commerciale di questi prodotti.

Alla terza categoria di prodotti sopra indicati, si riferiscono i "prodotti del piccolo artigianato agroalimentare", spesso conosciuti solo a livello locale. Tali prodotti seppure hanno un circuito commerciale molto corto, sono l'espressione sia di specifiche vocazionalità del territorio ma anche di grandi valori culturali che rischiano di scomparire con la memoria dei vecchi artigiani ancora in attività. I produttori artigiani che rappresentano una importante risorsa economica per le nostre economie rurali non riescono ad affrontare il mercato a causa della loro elevata dispersione nel territorio e della insufficiente massa critica dei loro prodotti.

Dalle riflessioni sopra espresse nasce l'idea strategica del Progetto "Mercato Amico": assistere i piccoli artigiani dell'agroalimentare nella valorizzazione delle produzioni e nella commercializzazione dei prodotti.

L'iniziativa di Mercato Amico è stata ideata e approfondita dalla Società AGER s.r.l. che svolge attività di consulenza e ricerca nel settore agricolo, agroalimentare e dello sviluppo rurale. L'AGER nel corso delle attività di promozione dell'iniziativa ha preso contatto con lo scrivente GAL che ritiene che mercato amico sia coerente con le strategie già espressa nel PSL e con gli obiettivi comunitari dello "Sviluppo Rurale", attraverso i quali si auspica che l'azione commerciale, nell'ambito dei beni e dei prodotti sostenibili, possa agire da impulso alla crescita economica e culturale degli operatori nelle aree rurali.

Finalità ed obiettivi operativi del progetto di competenza

Il Progetto “Mercato Amico” persegue due obiettivi:

1. attraverso la valorizzazione delle produzioni si potranno potenziare e rafforzare sia gli aspetti economici delle aziende coinvolte (rivitalizzazione delle colture tipiche, diversificazione delle produzioni, acquisizione di nuovi sbocchi di mercato, ecc.) sia quelli socio-culturali del territorio (recupero delle tradizioni e della cultura locale, rafforzamento dell'identità locale, ecc.).
2. attraverso l'assistenza agli operatori economici nella fase di commercializzazione di prodotti tradizionali (freschi e trasformati) si possono sia rafforzare i rapporti tra i differenti attori della filiera (produttori-trasformatori-distributori), sia ridurre le asimmetrie informative tra questi soggetti;

Gli obiettivi operativi saranno riferibili, pertanto, all'attuazione di un'azione congiunta finalizzata alla commercializzazione dei prodotti dell'artigianato agroalimentare locale. L'azione congiunta si attuerà nelle fasi della trasformazione, condizionamento e conservazione dei prodotti, nella fasi di confezionamento ed etichettatura e nell'azione di commercializzazione.

Attività principali

Sulla base delle esigenze ora evidenziate, la creazione della piattaforma di mercato amico si articolerà secondo le seguenti azioni:

1. informazione, comunicazione e creazione del consenso intorno all'intervento di mercato amico per conseguire l'adesione degli operatori dell'agroalimentare e per acquisire informazioni sui fabbisogni delle imprese locali in termini di servizi alla produzione ed alla commercializzazione. In questa fase, pertanto si dovranno approfondire gli aspetti operativi che consentiranno di orientare in modo più efficace l'intervento nel corso delle successive azioni. L'azione sarà condotta attraverso comunicazioni dirette agli operatori potenzialmente interessati ed attraverso incontri collettivi;
2. condivisione con gli altri partners del progetto di un regolamento comune per la tutela della qualità e specificità dei prodotti che saranno commercializzati con la rete di Mercato amico: si definiranno i contenuti di un regolamento comune a tutti i partners che dovrà guidare le attività di selezione dei produttori e dei prodotti della rete. Le scelte che il GAL condividerà con gli altri partners dovranno garantire le specificità locali e nel contempo favorire lo sviluppo di un'azione di commercializzazione verso mercati extraregionali;
3. condivisione con gli altri partners di un codice di comportamento al quale gli operatori che gestiranno localmente la rete dovranno conformarsi per assicurare la corretta condivisione delle informazioni: l'azione di commercializzazione che si attuerà nell'ambito della rete potrà conseguire esiti positivi se i partners svolgeranno azioni di marketing in modo congiunto e coordinato. Le modalità di coordinamento delle azioni di marketing saranno oggetto di approfondimento e definizione da parte dei partners;
4. attività tecnica di progettazione, analisi, realizzazione del database informatico e formazione agli addetti alla registrazione dei dati. Il database di mercato amico sarà predisposto per registrare le informazioni riguardanti i singoli produttori e prodotti e per fornire ai produttori interessati, anche informazioni utili alle proprie attività, quali:
 - informazioni tecniche riguardanti la normativa di settore, le disposizioni sull'etichettatura, sull'autocontrollo, sulla tracciabilità sulla certificazione di qualità, ecc...
 - Informazioni riguardanti il mercato, le tendenze, i prezzi, gli strumenti finanziari ed altre forme di sostegno.
 - Iniziative fieristiche locali e nazionali, mostre, promozioni, eventi di interesse per il settore.
 - News

Le informazioni ora descritte saranno aggiornate attraverso collegamenti funzionali con altre banche dati di importanza nazionale e di interesse locale.

L'accesso al database sarà regolato attraverso chiavi di accesso che, ai diversi livelli, consentiranno:

- al gestore del server di “Mercato Amico” che coincide con la società AGER, di aggiornare le informazioni di servizio;
 - ai singoli produttori di aggiornare i dati riguardanti i propri prodotti anche accedendo da postazioni private mediante collegamento telematico;
 - al pubblico interessato di visitare il sito di mercato amico e prendere visione dei prodotti. Occorre evidenziare che non si prevede di svolgere attività di e-commerce ma di creare una vetrina dei prodotti locali e facilitare i contatti o con il singolo produttore o più verosimilmente con l'organizzazione locale di “Mercato Amico” per l'eventuale fornitura dei prodotti.
5. creazione della borsa dei prodotti dell'artigianato tipico locale (individuazione e selezione dei prodotti) e implementazione del database del terminale di mercato amico: i produttori ed i prodotti saranno selezionati sulla base del disciplinare condiviso con gli altri partners, di cui al precedente punto 2. Per ogni produttore e prodotto si acquisiranno le informazioni relative a: tipologia e gamma, caratteristiche, luoghi di produzione, certificazioni, stagionalità, quantitativi disponibili, indirizzi, riferimenti telefonici e di posta elettronica. Le informazioni saranno inserite nel database di Mercato Amico che costituisce la rete di supporto telematico all'azione di commercializzazione.
 6. approfondimento di tematiche inerenti la produzione e commercializzazione dei prodotti: tematiche tecniche riguardanti la conservazione o il confezionamento dei prodotti, aspetti relativi all'esportazione dei prodotti ed alla internazionalizzazione delle imprese, ecc.... ;
 7. assistenza alle imprese interessate ad associarsi a Mercato Amico e non ancora in possesso dei requisiti idonei per commercializzare i propri prodotti;
 8. creazione di una micropiattaforma commerciale dotata delle attrezzature ad uso comune che maggiormente rispondono ai bisogni dei produttori locali: si include, in questa azione, l'acquisto di strumenti ed attrezzature che i produttori interpellati hanno indicato come prioritarie per l'implementazione di un'attività di commercializzazione. In funzione dei prodotti e delle esigenze più urgenti, pertanto, il GAL cofinanzierà l'acquisto di attrezzature per il confezionamento dei prodotti (porzionatrici, confezionatori sottovuoto), per l'elaborazione grafica e la stampa di etichette, per l'esposizione dei prodotti in piccole strutture, per la conservazione e stagionatura, per il collegamento telematico, ecc...
La piattaforma commerciale sarà anche il luogo fisico nel quale si avvieranno rapporti con i servizi locali di commercializzazione e distribuzione e potrà essere, quindi, anche il punto di riferimento per la raccolta dei prodotti.
 9. gestione della micropiattaforma commerciale di mercato amico: contatti con la distribuzione, con gli operatori del commercio, condivisione tra i responsabili gestori delle singole piattaforme di mercato amico, di informazioni e di strategie di marketing, secondo le indicazioni già espresse al precedente punto 3. La gestione della piattaforma commerciale sarà curata da un'operatore che svolgerà in modo costante attività di incoming (rapporti con distribuzione ed operatori commerciali, promozione) e si occuperà dell'amministrazione e gestione delle attrezzature acquistate: le attrezzature saranno disponibili per l'uso, da parte dei produttori interessati, che provvederanno a proprio carico di reintegrare i materiali di consumo (carta per etichette, toner per stampante, materiali per confezionamento, ecc..) di cui necessitano.

Soggetti attuatori delle attività

I soggetti attuatori delle singole attività sono i seguenti:

0. Progettazione, coordinamento, monitoraggio e rendicontazione: GAL con l'assistenza di AGER.
1. informazione, comunicazione: GAL.
2. condivisione di un regolamento comune per la tutela della qualità: GAL con l'assistenza di AGER.
3. condivisione di un codice di comportamento.....: GAL con l'assistenza di AGER.
4. attività tecnica per realizzazione database.... GAL con l'assistenza di AGER.
5. creazione della borsa dei prodotti: GAL.
6. approfondimento di tematiche : GAL.
7. Assistenza alle imprese: GAL.
8. creazione di una micropiattaforma commerciale: GAL con modalità a bando per la selezione di soggetti beneficiari.
9. gestione della micropiattaforma commerciale ... : GAL e soggetti beneficiari della micropiattaforma commerciale.

Destinatari finali delle attività

I destinatari finali delle attività di mercato amico, coordinate dal GAL con l'assistenza dell'AGER srl, sono gli operatori dell'artigianato tipico locale.

Risultati attesi

La cooperazione interterritoriale ed il collegamento tra le iniziative locali crea le condizioni opportune sia per la condivisione, tra tutti i terminali di mercato amico, di informazioni ed aggiornamenti utili per la commercializzazione dei prodotti dell'artigianato dell'agroalimentare locale, sia per ottenere vantaggi e sinergie nella commercializzazione dei prodotti.

A titolo di esempio si elencano qui di seguito alcuni risultati operativi che gli operatori che aderiscono alla rete di Mercato Amico, potranno conseguire:

- possibilità di utilizzare strumenti utili per l'azione commerciale: confezionatrici sottovuoto, porzionatrici, bilance di precisione, stampanti per etichette, proiettore per esigenze di rappresentanza, ecc. ;
- possibilità di essere aggiornato su tematiche e normative inerenti la commercializzazione dei prodotti (alcune tematiche saranno approfondite nell'ambito dei singoli interventi di mercato amico e messe in rete attraverso il portale nazionale di Mercato Amico): ricerche di mercato, procedure per esportare i prodotti, nuove norme sull'etichettatura, ecc...;
- possibilità di attivare servizi locali di assistenza agli imprenditori interessati ad associarsi a Mercato Amico;
- possibilità di ottenere la sufficiente massa critica di prodotto per far fronte alle esigenze degli operatori del commercio;
- avviare rapporti con operatori della commercializzazione utilizzando i contatti con operatori del commercio, della distribuzione e del trasporto, che si consolideranno nell'ambito della rete di Mercato Amico.

Gli esiti dell'intervento potranno essere apprezzati nel medio periodo in termini di prodotto commercializzato e il GAL svolgerà un monitoraggio mensile per rilevare i quantitativi e le relative tipologie di prodotto. I dati rilevati saranno trasmessi con la stessa frequenza al GAL capofila che inviterà i partners a riunioni di coordinamento per redigere rapporti intermedi ed

aggiornare le strategie.

AUTOVALUTAZIONE

L'attività di coordinamento condotta, nell'ambito del partenariato, dal GAL Luoghi del Mito, prevede la partecipazione dei partner a riunioni bimestrali, funzionali a valutare lo stato di avanzamento del progetto ed a concordare, nell'eventualità, differenti strategie per migliorare l'azione di rete per la commercializzazione dei prodotti dell'artigianato tipico locale.

Gli interventi correttivi che i GAL attueranno per superare le criticità saranno identificati in seguito all'analisi delle ragioni che hanno determinato l'insoddisfacente funzionamento della rete.

CRONOPROGRAMMA DI ATTIVITÀ

Data di inizio progetto: aprile 2006

Data di fine progetto: aprile 2007

Attività previste	Tempi di realizzazione			
	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.
0. Progettazione, coordinamento, monitoraggio e rendicontazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1. informazione, comunicazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2. condivisione di un regolamento comune per la tutela della qualità	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
3. condivisione di un codice di comportamento.....	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
4. attività tecnica per realizzazione database....	<input type="checkbox"/>			
5. creazione della borsa dei prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
6. approfondimento di tematiche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7. Assistenza alle imprese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. creazione di una micropiattaforma commerciale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
9. gestione della micropiattaforma commerciale ...		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CRONOPROGRAMMA DI SPESA

Attività previste	Costi per trimestre			
	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.
0. Progettazione, coordinamento, monitoraggio e rendicontazione	8.413	8.413	8.413	8.413
1. informazione, comunicazione	7.500	7.500		
2. condivisione di un regolamento comune per la tutela della qualità	6.250		6.250	
3. condivisione di un codice di comportamento.....	6.250		6.250	
4. attività tecnica per realizzazione database....	20.000			
5. creazione della borsa dei prodotti	21.250	21.250		
6. approfondimento di tematiche	1.667	1.667	1.667	
7. Assistenza alle imprese	3.713	3.713	3.713	3.713
8. creazione di una micropiattaforma commerciale	90.500	90.500		
9. gestione della micropiattaforma commerciale ...		13.833	13.833	13.833

ACCORDO DI COOPERAZIONE

La forma giuridica dell'accordo di cooperazione è la Convenzione – Il progetto non prevede la creazione di strutture comuni

PIANO FINANZIARIO DEL PROGETTO

Tipologia di programma	Attività previste	Costo totale (euro)	Finanziamento programma LEADER plus			Finanziamento derivante da altro programma
			FEOGA comunitari o	Pubblico	Privato	
	Attività condivise	66.500	49.875	16.625	-	
	2. condivisione di un regolamento comune per la tutela della qualità	12.500	9.375	3.125	-	
	3. condivisione di un codice di comportamento.....	12.500	9.375	3.125	-	
	9. gestione della micropiattaforma commerciale ...	41.500	31.125	10.375	-	
	Attività attribuibili ai singoli GAL	312.002	156.317	57.106	98.580	
	0. Progettazione, coordinamento, monitoraggio e rendicontazione	33.650	25.238	8.413	-	
	1. informazione, comunicazione	15.000	7.500	7.500	-	
	4. attività tecnica per realizzazione database....	20.000	15.000	5.000	-	
	5. creazione della borsa dei prodotti	42.500	31.875	10.625	-	
	6. approfondimento di tematiche	5.000	3.750	1.250	-	
	7. Assistenza alle imprese	14.852	11.139	3.713	-	
	8. creazione di una micropiattaforma commerciale	181.000	61.815	20.605	98.580	
	TOTALE	378.502	206.192	73.731	98.580	

RIPARTIZIONE DEI COSTI TRA PARTNER

Partner	Interventi	Costo pubblico (euro)	Costo a carico di privati/GAL (euro)	Costo totale (euro)
Capofila: GAL Luoghi del mito	0. Progettazione, coordinamento, monitoraggio e rendicontazione	8.000	-	8.000
	1. informazione, comunicazione	3.000	-	3.000
	2. condivisione di un regolamento comune per la tutela della qualità	2.500	-	2.500
	3. condivisione di un codice di comportamento.....	2.500	-	2.500
	4. attività tecnica per realizzazione database....	4.000	-	4.000
	5. creazione della borsa dei prodotti	10.000	-	10.000
	6. approfondimento di tematiche	5.000	-	5.000
	7. Assistenza alle imprese	14.852	-	14.852
	8. creazione di una micropiattaforma commerciale	20.000	30.000	50.000
	9. gestione della micropiattaforma commerciale ...	10.000	-	10.000
Totale	79.852	30.000	109.852	
Partner1: GAL Terre del primitivo	0. Progettazione, coordinamento, monitoraggio e rendicontazione	5.825	-	5.825
	1. informazione, comunicazione	3.000	-	3.000
	2. condivisione di un regolamento comune per la tutela della qualità	2.500	-	2.500
	3. condivisione di un codice di comportamento.....	2.500	-	2.500
	4. attività tecnica per realizzazione database....	4.000	-	4.000
	5. creazione della borsa dei prodotti	3.000	-	3.000
	8. creazione di una micropiattaforma commerciale	13.000	13.000	26.000
	9. gestione della micropiattaforma commerciale ...	4.000	-	4.000
	Totale	37.825	13.000	50.825
Partner2: GAL Gargano scarl	0. Progettazione, coordinamento, monitoraggio e rendicontazione	7.000	-	7.000
	1. informazione, comunicazione	3.000	-	3.000
	2. condivisione di un regolamento comune per la tutela della qualità	2.500	-	2.500
	3. condivisione di un codice di comportamento.....	2.500	-	2.500
	4. attività tecnica per realizzazione database....	4.000	-	4.000
	5. creazione della borsa dei prodotti	6.500	-	6.500
	8. creazione di una micropiattaforma commerciale	17.500	17.500	35.000
	9. gestione della micropiattaforma commerciale ...	7.000	-	7.000
Totale	50.000	17.500	67.500	
Partner3: GAL Alto Salento	0. Progettazione, coordinamento, monitoraggio e rendicontazione	5.825	-	5.825
	1. informazione, comunicazione	3.000	-	3.000
	2. condivisione di un regolamento comune per la tutela della qualità	2.500	-	2.500
	3. condivisione di un codice di comportamento.....	2.500	-	2.500
	4. attività tecnica per realizzazione database....	4.000	-	4.000
	5. creazione della borsa dei prodotti	3.000	-	3.000
	8. creazione di una micropiattaforma commerciale	13.000	13.000	26.000
	9. gestione della micropiattaforma commerciale ...	4.000	-	4.000
	Totale	37.825	13.000	50.825

Partner4: GAL Arca Abruzzo	0. Progettazione, coordinamento, monitoraggio e rendicontazione	7.000	-	7.000
	1. informazione, comunicazione	3.000	-	3.000
	2. condivisione di un regolamento comune per la tutela della qualità	2.500	-	2.500
	3. condivisione di un codice di comportamento.....	2.500	-	2.500
	4. attività tecnica per realizzazione database....	4.000	-	4.000
	5. creazione della borsa dei prodotti	20.000	-	20.000
	6. creazione di una micropiattaforma commerciale	18.920	25.080	44.000
	7. gestione della micropiattaforma commerciale ...	16.500	-	16.500
Totale	74.420	25.080	99.500	
TOTALE		279.922	98.580	378.502

Note

Il codice progetto è composto di tre parti che identificano rispettivamente:

- Il GAL, attraverso l'uso del medesimo codice proposto dalla Commissione in cui si identificano il paese (sigla), la regione (acronimo) e GAL (numero progressivo di tre cifre). Ad esempio per un GAL della Regione Puglia sarà IT-PUG-00X;
- Il progetto, attraverso un numero progressivo composto di tre cifre assegnato dall'AG capofila all'atto della presentazione del fascicolo;
- La tipologia di cooperazione, attraverso le lettere "I" e "T" rispettivamente per i progetti di cooperazione interterritoriale e transnazionale.

Quindi adottando l'esempio di un fascicolo di progetto di cui un GAL della Regione Puglia sia Capofila, la AG di competenza assegnerà un codice così composto:

IT-PUG-00X-00X-"I" o "T"

La AG capofila una volta attribuito il codice lo comunica alle altre autorità coinvolte mentre il GAL Capofila lo comunica agli altri partner