



Adriatico Mediterraneo FESTIVAL

**“Progetti europei
nella Regione Marche per la tutela
del mare e delle sue risorse”**

**Il Progetto LOCFOOD
Programma INTERREG IVC**

4 settembre 2014

Ore 16,30

Rotonda a mare, Senigallia



IL PROGRAMMA INTERREG IVC

Programma di cooperazione transnazionale, finanziato dall'Unione Europea, con gli obiettivi:

- di migliorare l'efficacia delle politiche di sviluppo regionale in aree quali **l'innovazione, l'economia della conoscenza, l'ambiente e la prevenzione dei rischi**
- di contribuire alla modernizzazione e alla competitività dell'Europa attraverso **lo scambio e la condivisione di buone prassi maturate dalle autorità locali e regionali europee.**

Per l'Italia il Programma è finanziato per il 75% dal FESR e cofinanziato per il restante 25 % dal fondo di rotazione nazionale.



IL PROGETTO LOCFOOD “Local food as engine for local business”

Durata: 35 mesi - si conclude nel dicembre 2014

Budget complessivo : € 2.307.781,44

Il partenariato: 13 partners provenienti da 9 Paesi europei: Italia, Spagna, Grecia, Slovenia, Norvegia, Svezia, Bulgaria, Svizzera, Irlanda del Nord tra cui istituzioni pubbliche, agenzie di sviluppo, università e associazioni di categoria che operano nel settore *food*.

Regione Marche: partner di progetto con il supporto di **ASSAM** e leader delle attività di comunicazione e disseminazione.



COME NASCE IL PROGETTO

- Rapporti di cooperazione esistenti della Regione Marche con la Contea del Nordland per la promozione dell'agro-alimentare e del turismo.
- I dati del settore agro-alimentare: *asset* strategico per lo sviluppo socio-economico delle Regioni coinvolte e crucialità del ruolo delle autorità pubbliche a supporto dello stesso.

LA GESTIONE

Regione Marche in collaborazione con ASSAM



COME NASCE IL PROGETTO

Processo di produzione e distribuzione di prodotti agroalimentari in Italia

- 13,2% degli occupati nel (3,3 milioni di lavoratori) – fonte NOMISMA
 - 8,7% del PIL (119 miliardi di euro), 13,9% del PIL considerando l'indotto – fonte NOMISMA
-

Regione Marche

- Il valore della produzione agricola regionale è stato pari a 1.240 milioni di euro nel 2013
- Le esportazioni dei prodotti agroalimentari hanno sfiorato i 333 milioni di euro (+3%) e rappresentano il 3% delle esportazioni totali regionali

GLI OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Migliorare le politiche e le strategie nelle aree rurali per le PMI del settore alimentare nell'ottica rafforzare l'imprenditoria, lo sviluppo economico e la competitività.
- Attraverso un'analisi puntuale delle esperienze del settore alimentare nelle regioni coinvolte, il progetto ha previsto un intenso scambio di *know-how* per l'individuazione di *best practices* trasferibili in termini politiche e strategie e la redazione di un Manuale di Buone Prassi.



LOCFOOD: LE PAROLE CHIAVE

 **INNOVAZIONE**

 **PMI/MICRO-IMPRESA**

 **LOCALE**



INNOVAZIONE

Accezione **non limitata alla ricerca e sviluppo in ambito scientifico**
ma

“Ogni cambiamento sostanziale volto al rafforzamento della competitività dell’impresa in termini di posizione, performance, know-how e capacità di futuri miglioramenti”.

- Nuovi beni o significativamente migliorati
- Servizi e processi per la produzione di beni



PMI/MICRO IMPRESE

Piccole 0-49 dipendenti

Medie 50-249 dipendenti

Grandi 250 o più dipendenti

LOCFOOD considera essenziale nell'indagine le MICRO-IMPRESE con ≤ 15 dipendenti.

“LOCALE”

Ciò che deriva ed è prodotto entro i 30-40 km: in un'area geografica “locale” in termini di “distanza”.



LE ATTIVITÀ A LIVELLO DI PROGETTO

MAPPATURA E ANALISI

- Mappatura dello stato dell'arte dell'innovazione a livello di PMI e micro imprese a livello regionale.
- Analisi delle politiche regionali e degli strumenti messi in campo per l'individuazione dei gap e degli ostacoli alla diffusione dell'innovazione.
- Identificazione di buone pratiche trasferibili a livello europeo.

SEMINARI ED EVENTI

- Organizzazione di seminari internazionali sul tema *food* in termini di politiche di sviluppo, strumenti, buone pratiche e opportunità.
- Partecipazione ad eventi di promozione dell'agro-alimentare.
- Disseminazione dei risultati del progetto attraverso brochure, sito-web e newsletters.



LA METODOLOGIA PER LA MAPPATURA

- ✓ Impiego dati e informazioni da ATECO, ISTAT e OAM sulle PMI operanti nel settore agro-alimentare
- ✓ Elaborazione di un questionario per la raccolta delle informazioni sul livello di innovazione delle micro-imprese operanti nel settore agro-alimentare
- ✓ Identificazione delle micro-imprese e somministrazione ed elaborazione del questionario
- ✓ Benchmarking dei livelli di innovazione tra le micro-imprese oggetto del questionario
- ✓ Benchmarking delle politiche e stakeholders
- ✓ Identificazione delle buone pratiche a livello di politiche e imprese



I RISULTATI RAGGIUNTI A LIVELLO DI PROGETTO

- ✓ 6 workshop internazionali su cibo locale, qualità ed innovazione
- ✓ 40 buone pratiche - in termini di politiche e imprese - identificate e scambiate a livello di 9 Paesi
- ✓ Una bozza di Manuale delle buone pratiche
- ✓ Una bozza di piano di implementazione a supporto della qualità e delle imprese che operano nel settore *food e agrofood*.
- ✓ Una rete di contatti per capitalizzare i risultati



L'INDAGINE A LIVELLO REGIONALE: LE FASI

- ✓ Identificazione degli *stakeholders* a livello regionale
- ✓ Identificazione delle principali politiche, programmi e strumenti a supporto del settore agro-alimentare (Leggi Regionali, PSR, progetti europei)
- ✓ Indagine sulle PMI del settore agro-alimentare (fonti: ATECO, Censimento Istat, Osservatorio Agro-alimentare delle Marche)

Indagine sulle micro-imprese (≤ 15 dipendenti) che operano nel settore agro-alimentare

- ✓ Oltre 50 questionari somministrati alle micro-imprese dell'agro-alimentare
- ✓ 34 questionari compilati ed elaborati in un Report di sintesi



I RISULTATI DEL QUESTIONARIO

- ✓ La maggior parte delle imprese vende i propri prodotti “localmente”
- ✓ La qualità è riconosciuta come fattore principale nel marketing di un prodotto, seguita da origine e prezzo
- ✓ La qualità rappresenta, inoltre, il principale punto di forza per le imprese, seguita dalla provenienza della materia prima e dal contatto con il consumatore/cliente
- ✓ Tra i punti di debolezza sono annoverati i costi di distribuzione e l’accesso al credito
- ✓ L’export, seguito da un approccio cooperativo tra produttori, rappresenta la principale opportunità di sviluppo
- ✓ Il clima economico e i costi di armonizzazione alla normativa
- ✓ Tutte le imprese identificano un “prodotto locale” come legame tra origine e luogo di produzione



LE BUONE PRATICHE

- Marchio QM



- Progetti integrati di filiera nell'ambito del PSR



- Piano regionale concessioni demaniali marittime per acquacoltura e ricerca scientifica

- Pappa Fish



I PROSSIMI APPUNTAMENTI

7 OTTOBRE 2014, BRUSSELS- Conferenza finale nel corso degli *Open days* 2014

NOVEMBRE 2014, RIMINI – Meeting finale del partenariato e presentazione risultati



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

CONTATTI

www.locfood.no

REGIONE MARCHE/ASSAM

Cristina Martellini:

cristina.martellini@regione.marche.it

Uriano Meconi:

uriano.meconi@regione.marche.it

Laura Gagliardini:

laura.gagliardini@regione.marche.it

Francesca Perretta:

francesca.perretta@regione.marche.it

