**IL PROGETTO DI COOPERAZIONE MIS 16.4 “La Filiera Corta degli Olivicoltori Liguri Associati” e azioni progettuali**

APOL scarl., in qualità di Capofila del Gruppo di Cooperazione “La Filiera Corta degli Olivicoltori Liguri Associati” ha presentato il 31/10/2018 domanda di contributo del bando della Regione Liguria a valere sul PSR mis 16.4 “Aiuti per la promozione e lo sviluppo delle filiere corte e dei mercati locali” con il progetto “LA FILIERA CORTA DEGLI OLIVICOLTORI LIGURI ASSOCIATI”. Il progetto è stato ammesso a finanziamento in data 11/06/2019.

**La durata del progetto, stante la DGR 336 del 24/04/2020, è fino a Dicembre 2021, salvo eventuali ulteriori proroghe.**

Il progetto prevede la cooperazione tra imprenditori agricoli e operatori della filiera associati ad APOL scarl finalizzata a selezionare una nicchia di mercato di eccellenza capace di **remunerare e valorizzare adeguatamente il prodotto “di qualità e a km 0” promuovendone la riconoscibilità e valorizzandone l'utilizzo** , consolidando la relazione prodotto-territorio in termini di immagine promozionale della Liguria.

Il prodotto da divulgare è in primis OLIO DOP RIVIERA LIGURE della FILIERA APOL prodotto dai soci e conferito ad APOL secondo linee guida di qualità. Anche le olive fresche commercializzate per una successiva trasformazione potranno essere un prodotto qualificato della filiera. La gamma potrà includere altri prodotti dell’olivo quali olive da tavola.

La cooperazione tra produttori associati, Associazione olivicola e strutture di trasformazione /confezionamento è volta a sviluppare una linea di commercializzazione al consumatore con un solo passaggio intermedio costituito da esercizi HoReCa e commerciali di vendita diretta, o senza passaggi raggiungendo i G.A.S. Il prodotto sarà tutto certificato e rintracciato, la maggior parte come DOP Riviera Ligure e parte ISO 22005:08. Un importante obiettivo è passare dalla vendita diretta aziendale alla vendita organizzata.

La cooperazione è atta a:

1) Incrementare i quantitativi di prodotto conferito per la commercializzazione collettiva, come numero di soci conferitori e come quantità pro capite, incentivando la produzione certificata 2) Sviluppare e migliorare le procedure di conferimento, stoccaggio e confezionamento collettivi, disciplinandone qualità e rintracciabilità, coinvolgendo attivamente gli operatori di filiera in operazioni collettive 3) Applicare e verificare standard qualitativi e controllo della filiera (conformi al Disciplinare DOP riviera ligure) dimensionando la commercializzazione sulla capacità produttiva e le peculiarità di ogni produttore 4) Svolgere una promozione e comunicazione unitaria e strutturata ai consumatori finali, a partire dal packaging e dal paniere, supportato da materiali informativi dedicati 5) Individuare i clienti più idonei, monitorandone le esigenze e fornendo solide basi per gli Accordi Commerciali. La responsabilità di ogni azione è in carico al CAPOFILA, che coordina le quote individuali di competenza dei Partner.

**OBIETTIVI PROGETTUALI**

1. **Creare nuove opportunità di mercato e migliorare le relazioni commerciali**
2. **Accrescere la competitività delle imprese agricole e la remunerazione del prodotto**
3. **Favorire processi di riorganizzazione della diverse forme di filiera**

Cooperazione tra produttori associati, Associazione olivicola e strutture di trasformazione /confezionamento per sviluppare una linea di commercializzazione al consumatore con un solo passaggio intermedio costituito da esercizi HoReCa e commerciali di vendita diretta, o senza passaggi raggiungendo i G.A.S. Il prodotto sarà tuto ceritficato e rintracciato, la maggior parte come DOP Riviera Ligure e parte ISO 22005:08. Un importante obiettivo è passare dalla vendita diretta aziendale alla vendita organizzata.

La cooperazione è atta a:

1) Incrementare i quantitativi di prodotto conferito per la commercializzazione collettiva, come numero di soci conferitori e come quantità pro capite, incentivando la produzione certificata 2) Sviluppare e migliorare le procedure di conferimento, stoccaggio e confezionamento collettivi, disciplinandone qualità e rintracciabilità, coinvolgendo attivamente gli operatori di filiera in operazioni collettive 3) Applicare e verificare standard qualitativi e controllo della filiera (conformi al Disciplinare DOP riviera ligure) dimensionando la commercializzazione sulla capacità produttiva e le peculiarità di ogni produttore 4) Svolgere una promozione e comunicazione unitaria e strutturata ai consumatori finali, a partire dal packaging e dal paniere, supportato da materiali informativi dedicati 5) Individuare i clienti più idonei, monitorandone le esigenze e fornendo solide basi per gli Accordi Commerciali. La responsabilità di ogni azione è in carico al CAPOFILA, che coordina le quote individuali di competenza dei Partner.

**Problematiche specifiche che il progetto intende affrontare:**

Si intende migliorare la gestione e regolamentazione della filiera corta, affinchè ponga il produttore in posizione più avanzata in termini di potere decisionale.

Si intende affrontare le difficoltà di:

* certificazione DOP nei casi di aziende meno strutturate, ancorchè conformi;
* scarsa capacità cooperativa dei produttori e di segmentazione coordinata della filiera (i produttori non dovrebbero gravarsi degli oneri di confezionamento e commercializzazione, ma occuparsi della qualità in produzione);
* alta frammentazione con conseguenti disomogeneità .

Il progetto risponde ai fabbisogni di:

* confezionamento idoneo, a livello procedurale e di efficacia verso il consumatore,
* riduzione dei costi unitari tramite economie di scala e azioni collettive,
* incremento e armonizzione nella qualificazione e promozione del prodotto
* adeguata collocazione e valorizzazione sul mercato.

**IL PROGETTO FINANZIA LA COOPERAZIONE TRA AZIENDE (PARTENARIATO) CHE LAVORA INSIEME PER SVOLGERE LA COMMERCIALIZZAZIONE IN FILIERA CORTA**

**SCOPO DEL PROGETTO**: SVILUPPARE IL VALORE DELL’OLIO “LOCALE” CERTIFICATO DOP PRESSO I RISTORANTI E DETTAGLIANTI

**RISULTANZE DEL PROGETTO**: sviluppare accordi commerciali disciplinati tra il partenariato (produzione) e i soggetti che effettuano la somministrazione diretta del prodotto = ristoratori e dettaglianti

**AZIONI PROGETTUALI**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **AZIONE** | **SCOPO** | | | **RISULTATI** |
| ***AZIONI DI COOPERAZIONE -*** *CAPO FILA* | | | | |
| **Azione 1:**  **Avvio del progetto** | Azione propedeutica all'attuazione del progetto di cooperazione per garantire:   * raggiungimento obiettivi in conformità al Bando * partecipazione attiva dei Partner * trasparenza nel processo e assenza conflitti di interesse * sensibilizzazione soci APOL * congruità della strategia PCP operativo | | * costituzione Partenariato * condivisione decisioni tra i Partner e acquisizione pareri portatori di interesse. * stesura Regolamento Interno e ruoli * costituzione Comitato di Progetto * definizione modalità di funzionamento. * predisposizione attività progettuali e modalità di attuazione e gestione * definizione staff di progetto * definizione PCP operativo | |
| **Azione 2:**  **Gestione del progetto** | Attività di esercizio per curare la dimensione collettiva del progetto tramite una strategia unitaria di cooperazione che assicuri:   * trasparenza, efficienza, rappresentatività, pertinenza * partecipazione ed equa rappresentanza dei fabbisogni dei partner; * raggiungimento obiettivi di valorizzazione commerciale e di miglioramento della produzione * sviluppo di PCP strategico e congruo | | COOPERAZIONE:   * Comunicazione interna (contatti individuali e concertazione) e sedute del CdiP, reportistica, armonizzazione mis. di accompagnamento; * Segreteria e Referenza del Progetto   GESTIONE AZIONI PROGETTUALI:   * reportistica e monitoraggio/controllo interno * Management e Verifica del PcP * Redazione Accordi commerciali in base ai contatti commerciali e alla produzione.   Riunioni progettuali min 6 /anno  Comunicati interni : 1 / mese | |
| **Azione 3: amministra-zione e rendiconta-zione** | * garanzia trasparenza ed efficienza * facilitazione e gestione del controllo esterno * congruita' spese e attinenza ai criteri stabiliti dalla Regione * congruità accordi commerciali | | * regole di rendicontazione progettuali * circuiti interni di rendicontazione, moduli * procedure per scelta e acquisto beni e servizi * contabilità progettuale * predisposizione rendicontazioni progettuali periodiche | |
| **Azione 6: animazione e ampliamento filiera** | * dimensionamento della filiera * consolidamento commerciale e supporto all'imprenditorialità * coinvolgimento produttori primari * armonizzazione del mercato con sostegno al prezzo del prodotto DOP * ottenimento massa critica per Accordi Commerciali. * incremento superfici e produzioni DOP | | Supporto all’adesione per aziende che hanno i requisiti DOP tramite contatti, colloqui e incontri, con predisposizione documentale e affiancamento individuale  Min n. 10 incontri  MIn n. 40 colloqui  Incremento aziende DOP min 20 | |
| ***Azioni commerciali*** | | | | |
| **Azione 4: contatti e accordi commerciali** | Individuazione di sbocchi di mercato proficui per i produttori con un’azione commerciale di ricerca e relazione con i clienti sviluppata in base alle linee comuni del progetto | | | Consulenza per redazione Accordi Commerciali e ricerca contatti per acquisire elementi propedeutici alla commercializzazione applicando i risultati di progetto in rappresentanza degli interessi e delle peculiarità del G.O.. AZIONE PRELIMINARE DI CONTATTO:  - diretti in eventi di settore: min 500 + contatti tramite canali web  - scouting contatti qualificati : min 200 e min . 20 incontri post scouting  - pacchetto contatti tot : min. 5000 DEFINIZIONE ACCORDI COMMERCILAI: comunicazione, stesura, approvazione, attuazione, verifica |
| **Azione 5: ricerche di mercato** | Raccolta di dati "di tendenza" propedeutici all'avvio dei contatti commerciali. Saranno rilevate informazioni sul mercato di interesse ligure e nazionale, quello degli esercizi al dettaglio e HoReCa in termini di: conoscenza, percezione, capacità di utilizzo, potere d'acquisto specifico, gestione del prodotto e della fornitura, capacità di valorizzazione / comunicazione, anche come ingrediente qualificante. | | |  |
| ***azioni tecniche*** | | | | |
| **Azione 7: Monitoraggio qualità e raccolta dati**  *CAPOFILA E AZIENDE AGRICOLE* | Regolamentazione della produzione e del conferimento del prodotto DOP da parte dei produttori , atta al raggiungimento della massa critica, alla concentrazione e al controllo qualità delle forniture per posizionarsi sul mercato | Qualificazione della produzione tramite:  a) Regolamento di produzione, subordinato a Olio DOP Riviera Ligure, ossia una “Manifesto” con procedure di controllo e autocontrollo qualità in campo e specifiche sulle caratteristiche del conferimento al cliente finale.  b) Controllo qualità e raccolte dati per:   * rispetto Regolamento * ottimizzazione resa qualitativa * rilevazione e soluzione criticità * conferimento prodotto * svolgimento analisi | | |
| **azione 8:**  **Trattamento e qualita del prodotto**  *TRASFORMATORI* | Strutturare la commercializzazione a partire da una gestione collettiva dell'olio conferito dai soci.  La lavorazione massale sarà coordinata in base a specifiche linee di prodotto, ben connotato in relazione al territorio e/o alle peculiarità organolettiche. L'azione è volta alla gestione della qualità dell'olio nelle operazioni di lavorazione, stoccaggio e confezionamento collettiva del prodotto da parte di 1 operatore / struttura ove esso svolgerà le operazioni e registerà i dati in base al Regolamento. | La lavorazione dell'olio è partitaria e il ritiro dell'olio da parte di APOL avviene nelle strutture di stoccaggio collettivo aderenti al G.O. e, quindi, conformi al Regolamento. Lo stoccaggio avviene in maniera parzialmente partitaria e parzialmente massale, da cui deriverà il confezionamento di linee di olio EVO "APOL" (parte certicate DOP e parte ISO 22005) atte a offrire un piccolo paniere per la commercializzazione, supportato da specifico materiale promozionale (carta degli oli e altro). Nel caso di lavorazione partitaria comparirà in etichetta la denominazione del produttore olivicolo  La gestione prevede un pacchetto analisi e una procedura di verifica della qualità delle singole partire, con il campiomento di confezioni testimone singole. | | |
| ***azione di comunicazione*** | | | | |
| **Azione PCP: piano di comunicazione progettuale** | Comunicazione per qualificare il prodotto (marketing e promozione) e dare visibilita al progetto e ai Partner  Accrescere la conoscenza e l'utilizzo stabile da parte del comparto HoReCa selezionato del prodotto  Agire sulla conoscenza individuale di un cospicuo numero di operatori, finalizzandola all'accordo commerciale. Evidenziare la qualità del prodotto  Veicolare il prodotto come emblematico di un territorio e caratterizzante nel menu Rendere consapevoli gli operatori e, di rimando, i consumatori circa le garanzie del prodotto certificato in termini di peculiarità organolettiche e di certezza dell'origine. | 1**.** sito/piattaforma web del GO con spazi pubblici per la disseminazione delle attività e dei risultati, atto a ricevere e gestire i contatti con gli utenti della rete web interessati al progetto. Il sito contiene le seguenti informazioni: composizione del GO e informazioni aziendali, obiettivi del progetto, accordo di cooperazione, regolamento interno, avanzamento delle fasi progettuali, innovazione/i individuate e loro adozione in fase realizzativa, strumenti di divulgazione attivati, contatti dei referenti del GO,caratteristiche del prodotto in campo e in cucina;  2. portali della Rete Rurale Nazionale e Regione Liguria e pagine web dedicate su n. altri 3 siti web  3. CS di presentazione progetto  4. brochure informative e Brand Book destinato alla ristorazione di qualità  5. social su cui promuovere il progetto realizzato dal GC  6. 2 Open Day aziendali con workshop per produttori e operatori HoReCA  7. Stesura articoli per riviste tematiche e specializzate HoReCa 8. partecipazione a n. 4 eventi nazionali in cobranding  9. Agenzia stampa e PR con i media di settore | | |