

CAP.TERRES

Capitalisation pour la vAlorisation des Producteurs locaux
et des TERitoires duRablEs par des Systèmes intelligents

COMPOSANTE TECHNIQUE 1

Renforcement des liens entre réseaux pour une mise en synergie

COMPONENTE TECNICA 1

Rafforzare i legami tra le reti per una messa in sinergia

UNION PATRONALE DU VAR – UPV - FRANCE

Livrable T.1.1.1 - Rapports territoriaux de diagnostic des réseaux et des possibilités de convergence

Prodotto T.1.1.1 - Rapporti diagnostici territoriali sulle reti e sulle possibilità di convergenza

PRODOTTO T.1.1.1

RAPPORTI DIAGNOSTICI TERRITORIALI SULLE RETI E SULLE POSSIBILITÀ DI CONVERGENZA

Ogni rapporto territoriale presenterà lo stato di avanzamento sotto forma di schede riassuntive "Rete" ed "Evento"; sarà accompagnato da una rappresentazione cartografica che localizzi i punti strategici.

LIVRABLE T1.1.1

RAPPORTS TERRITORIAUX DE DIAGNOSTIC DES RÉSEAUX ET DES POSSIBILITÉS DE CONVERGENCE

Chaque rapport territorial restituera l'état des lieux sous la forme de fiches synthétiques "Réseau" et "Évènement" ; il sera accompagné d'une représentation cartographique localisant les points stratégiques.

Il progetto Cap Terres prevede di creare sinergie territoriali e costruire una "rete di reti" per divulgare e trasferire i risultati di alcuni progetti da capitalizzare.

In particolare, ART2 e FRINET hanno identificato le reti aziendali. F&W Market Place, Mare di Agrumi, Prometea, Terragir 3, Vivimed e altri eventuali per il loro approccio alle reti e il lavoro svolto con gli attori economici locali rispondendo ad esigenze specifiche di aziende e territori in merito di accessibilità dell'offerta produttiva e dei servizi. Questi progetti hanno permesso infatti la sperimentazione di approcci formativi basati su tutorial, laboratori territoriali per accompagnare il settore del turismo sostenibile nel raggiungere migliori livelli di qualità e per organizzare attività ed eventi di animazione, incontro e scambio.

Anche i progetti più recenti del terzo e quarto bando del programma, come In.Agro e Cambio Via nei quali sono coinvolti diversi partner di CAP.TERRES, saranno coinvolti nelle diverse attività del progetto.

Questa sinergia si è concentrata sulle conoscenze acquisite in merito alle esigenze delle imprese dei settori prioritari transfrontalieri legati alla crescita blu e verde, sull'attuazione di azioni di capitalizzazione a sostegno di aziende e territori e sulla messa in rete di strumenti digitali ed ampliare l'attrattività dei territori.

Il progetto prevede attività di formazione, la partecipazione ad eventi comuni, realizzati anche attraverso strumenti digitali che garantiscono la visibilità e la valorizzazione dell'offerta e della rete.

Si sommano per renderle sinergiche le diverse esperienze ed arrivare alla valorizzazione del sistema "produzione-imprese-territorio".

La componente T1 prevede le seguenti azioni di massima :

1) ricognizione delle attività sviluppate nei progetti da capitalizzare al fine di redarre Strategia congiunta di convergenza che definisca :

La cooperazione al cuore del Mediterraneo

La coopération au coeur de la Méditerranée

- eventuali materie o tematiche su cui sviluppare percorsi formativi rivolte alle imprese o reti di impresa aderenti a Cap Terres
- un piano di iniziative fisiche e multimediali congiunte per la promozione e valorizzazione delle opportunità territoriali (calendario degli eventi)

Al fine di organizzare l'attività di cui sopra è stata adottato uno schema semplificato che ogni partner ha compilato ed è la base con cui sono stati definiti i rapporti diagnostici territoriali sulle reti e sulle possibilità di convergenza (Prodotto T.1.1.1) e che hanno consentito una visione di insieme delle azioni proposte utili a definire la suddetta strategia congiunta.

Le projet CapTerres prévoit de créer des synergies territoriales et de construire un “réseau des réseaux” pour diffuser et transmettre les résultats de certains projets à capitaliser.

En particulier, ART2 et FRINET qui ont identifié des réseaux d'entreprises, F&W Market Place, Mare di Agrumi, Prometea, Terragir 3, Vivimed, pour leur approche des réseaux et le travail réalisé avec les acteurs économiques locaux répondant aux besoins spécifiques des entreprises et des territoires en matière d'accessibilité des produits et services. Ces projets ont permis, en effet, l'expérimentation d'approches de formation basées sur des tutoriels, des laboratoires territoriaux pour accompagner le secteur du tourisme durable vers un meilleur niveau de qualité et d'organisation dans le cadre des activités et événements d'animation, de rencontre et d'échange. Même les projets les plus récents des troisième et quatrième appels du programme, comme In Agro et CambioVia, dans lesquels divers partenaires de CapTerres sont impliqués, seront impliqués dans les différentes activités du projet.

Cette synergie portera sur les connaissances acquises, sur les besoins des entreprises des secteurs prioritaires transfrontaliers liés à la croissance bleue et verte, sur la mise en œuvre d'actions de capitalisation en faveur des entreprises et des territoires et sur la mise en réseau des outils numériques et l'élargissement de l'attractivité des territoires. Le projet comprend des activités de formation, la participation à des événements communs, pouvant être également réalisés à travers des outils numériques qui garantissent la visibilité et la valorisation de l'offre et du réseau.

Les différentes expériences se complètent pour aboutir à une synergie et à une valorisation du système “production-entreprise-territoire”.

La composante T1 comprend les actions générales suivantes:

1) L'analyse des activités développées dans les projets à capitaliser afin d'élaborer un plan stratégique commun qui définit:

- tous sujets ou thèmes sur lesquels développer des formations à destination des entreprises ou réseaux d'entreprises appartenant à Capterres;
- un plan d'actions conjoint physiques et multimédias pour la promotion et la valorisation des opportunités territoriales (calendrier des événements).

Afin d'organiser l'activité susmentionnée, un schéma simplifié a été adopté, que chaque partenaire a rédigé et qui a servi de base à la définition des rapports de diagnostic territorial sur les réseaux et les possibilités de convergence (Livrable T.1.1) et qui a permis d'avoir une vue d'ensemble des actions proposées utiles à la définition de la stratégie conjointe susmentionnée.

<p>1) Partner di progetto UPV e territorio di riferimento: Spazio Marittimo</p>
<p>2) Breve descrizione del progetto da capitalizzare: a) Tematiche trattate con particolare riguardo alle nuove forme di turismo, identitario, esperienziale e sostenibile; Food & Wine Marketplace è una marketplace dedicata all'agroalimentare, la cui vocazione, facilitando il business, sta nella promozione dei prodotti locali. - La stimolazione dei cortocircuiti - Promozione dei prodotti locali dell'artigianato - Ottimizzare il commercio transfrontaliero</p> <p>b) Problematiche riscontrate ed affrontate nel progetto;</p> <p>c) Risultati ottenuti FWM ha quasi 220 inserzionisti e 4.700 prodotti</p>
<p>3) Breve descrizione di eventuali piattaforme digitali sviluppate per promozione e vendita on line (e-commerce, vetrina multimediale ect), comprese le informazioni tecniche sulle modalità di funzionamento degli strumenti sviluppati Food & Wine Marketplace è una piattaforma BtoBtoC per vendere e comprare prodotti dedicati all'industria alimentare. Con il portale www.fw-marketplace.com, l'obiettivo è quello di sviluppare una dinamica moderna e accresciuta negli scambi tra gli attori del settore agroalimentare e dell'artigianato, promuovendo congiuntamente i prodotti locali e i territori in cui sono prodotti. Questi includono i dipartimenti del Var e delle Alpi Marittime, la Corsica, la Toscana, la Sardegna e la Liguria. Il Marketplace si rivolge a tutti gli operatori del settore alimentare dell'area di Marittimo. Funziona come una rete sociale: - presentazione del profilo - pubblicazione di annunci (prodotti) - contatto con il prospect e negoziazione - Acquisto on-line Informazioni tecniche sul funzionamento degli strumenti sviluppati. FWM è un sito WordPress. Il Marketplace è sviluppato dalla CIOA per l'UPV e i suoi partner CCI Var e CCI Bastia. È un fornitore di Software as a Service, cioè applicazioni aziendali affittate online. In modalità SaaS, i partner non ospitano le applicazioni o memorizzano i dati internamente. Gli utenti hanno semplicemente bisogno di un computer e dei codici di accesso al servizio online. Il modello economico si basa su un servizio per lo sviluppo del mercato e un abbonamento annuale per l'hosting, il monitoraggio tecnico (manutenzione e aggiornamenti) e il servizio di condivisione delle risorse.</p>
<p>4) Indicare se sono presenti reti di imprese e/o singole imprese coinvolte nel progetto da capitalizzare; Descrivere le reti di impresa coinvolte o da coinvolgere: FWM ha quasi 220 inserzionisti e 4.700 prodotti</p>
<p>5) Fare una proposta di calendario degli eventi/workshop (enogastronomici, culturali, folcloristici ect) attinenti le tematiche trattate da valorizzare con attività sia in presenza che on line :</p>
<p>6) Fare una proposta per la partecipazione ad eventi nazionali ed internazionali ritenuti di interesse per le imprese o reti di imprese aderenti al progetto:</p>
<p>7) Fare proposte per eventuali percorsi formativi indicando le materie o tematiche su cui sviluppare l'attività</p>
<p>8) Eventuali considerazioni</p>

1) Partenaire du projet: U P V **et territoire de référence:** zone Marittimo

2) Brève description du projet à capitaliser:

Food & Wine Marketplace est une place de marché consacrée à l'agro-alimentaire, dont la vocation, facilitant le business, réside dans la mise en valeur des produits du terroir.

a) Thèmes traités avec un regard particulier sur les nouvelles formes de tourisme, identitaire, expérientiel et durable

- La dynamisation des circuits courts
- La promotion des produits locaux issus de l'artisanat
- L'optimisation des échanges transfrontaliers

b) Problèmes rencontrés et traités dans le projet

c) Résultats obtenus

FWM recense près de 220 annonceurs et 4 700 produits

3) Brève description de toutes les plateformes numériques développées pour la promotion et la vente en ligne (commerce électronique, vitrine multimédia, etc.), y compris des informations techniques sur le fonctionnement des outils développés.

Food & Wine Marketplace est une plateforme de mise en relations BtoBtoC pour vendre et acheter des produits consacrée à l'agro-alimentaire.

Avec le portail www.fw-marketplace.com il s'agit de développer une dynamique moderne et augmentée dans les échanges entre acteurs du secteur agro-alimentaire et de l'artisanat, tout en valorisant conjointement les produits du terroir et les territoires où ils sont fabriqués.

À savoir les départements du Var et des Alpes-Maritimes, la Corse, la Toscane, la Sardaigne et la région de Ligurie.

La Marketplace s'adresse à tous les acteurs du secteur agro-alimentaire de l'espace Marittimo. Elle fonctionne comme un réseau social :

- présentation du profil
- postage des annonces (produits)
- contact avec le prospect et négociation
- L'achat en ligne

informations techniques sur le fonctionnement des outils développés. FWM est un site WordPress.

La Marketplace est développée par le CIOA pour le compte de l'UPV et ses partenaires CCI Var et CCI Bastia. C'est un fournisseur de Software as a service, c'est-à-dire d'applications d'entreprise louées en ligne. En mode SaaS, les partenaires n'hébergent pas les applications et ne stockent pas de données en interne. Les utilisateurs doivent simplement disposer d'un ordinateur et des codes d'accès au service en ligne. Le modèle économique est construit sur une prestation de développement de la place de marché et sur un abonnement annuel pour l'hébergement, le suivi technique (maintenance et mises à jour) et le service de mutualisation des ressources

4) Indiquer s'il existe des réseaux d'entreprises et/ou des entreprises individuelles impliquées dans le projet à capitaliser; décrire les réseaux d'affaires impliqués ou à impliquer.

FWM recense près de 220 annonceurs et 4 700 produits

5) Faire une proposition de calendrier d'événements/ateliers (œnogastronomiques, culturels, folkloriques ect) en lien avec les thèmes abordés à enrichir d'activités en présentiel et en ligne.

6) Faire une proposition de participation à des événements nationaux et internationaux jugés intéressants pour les entreprises ou réseaux d'entreprises participant au projet.

7) Faire des propositions de formations éventuelles en indiquant les sujets ou thèmes sur lesquels développer l'activité.

8) Autre considérations