

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

LIGURIA: CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA RIVIERE DI LIGURIA - IMPERIA LA SPEZIA SAVONA

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 :

- 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 CAP.TERRES 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 CAP.TERRES 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.

1) Partner di progetto

Camera di Commercio Riviera di Liguria e territorio di riferimento : LIGURIA

2) Breve descrizione del progetto da capitalizzare:

- IN. AGRO : Lo scopo è integrare l'esistente sfruttando le potenzialità che le connessioni transfrontaliere possono dare alle imprese dell'area di cooperazione con il supporto di consulenti altamente specializzati in questa chiave transfrontaliera
- FRINET: ha lo scopo di capitalizzare le buone pratiche del precedente progetto FR.I.NET2, sviluppando e strutturando ulteriormente il Centro di Competenze transfrontaliero in allora avviato. Si punta infatti a creare una rete di esperti e di strutture in grado di offrire tecnologie e servizi avanzati, che consentano alle imprese delle filiere prioritarie del Programma di innalzare la capacità di produrre innovazione e di consolidarsi sui mercati esteri.
- MARE DI AGRUMI è un progetto che mira ad aumentare la competitività delle micro e Piccole Medie Imprese dell'area transfrontaliera collegate al settore agricolo, agroalimentare e del turismo "green". Fil rouge distintivo è la valorizzazione di un prodotto di qualità e multifunzionale comune a tutti i territori: l'agrume.
- CAMBUSA: sostiene l'integrazione tra la filiera del turismo nautico e quella delle produzioni agroalimentari locali e di qualità. La sfida che si affronta in maniera congiunta e a livello transnazionale è quella di creare un collegamento tra le due realtà con il tramite del target turistico dei diportisti, che può offrire alle imprese un importante sbocco commerciale ed è caratterizzato da una significativa capacità di spesa

a) Tematiche trattate con particolare riguardo alle nuove forme di turismo, identitario, esperienziale e sostenibile;

- IN.AGRO: il progetto affronta le tematiche del cambiamento dell'atteggiamento mentale delle imprese agendo sull'aumento della predisposizione delle stesse a fare rete a fare sistema soprattutto in ambito transfrontaliero al fine di proporre un'offerta turistica di maggiore qualità.
- FRINET :Il progetto si occupa di offrire consulenze specializzate alle imprese delle filiere prioritarie tra cui il turismo sostenibile e innovativo.
- MARE DI AGRUMI: Ampliare la nuova offerta turistica dell'area transfrontaliera con un nuovo turismo green e integrato con il contesto socio-economico dei territori. Tendere inoltre a costruire un approccio innovativo per la gestione degli scarti di lavorazione dell'agrume, strategie di aggregazione comuni per favorire la sostenibilità delle imprese e accrescere l'appeal dei territori.
- CAMBUSA: Collega il mondo del turismo della Nautica con quello delle Micro e Piccole Imprese Locali del settore agroalimentare.

b) Problematiche riscontrate ed affrontate nel progetto;

In particolare per il progetto IN.AGRO le difficoltà maggiori sono state riscontrate nel reperire aziende aderenti al progetto nel corso del 2020, in piena emergenza sanitaria.

c) Risultati ottenuti

Il progetto IN.AGRO è in fase di realizzazione, è stata completata comp. T1 dove sono stati individuati i consulenti che aiuteranno le imprese beneficiarie per la realizzazione di piani congiunti frontaliere.

Il progetto MARE di AGRUMI ha creato un marchio turistico "MARE di AGRUMI", ha prodotto un catalogo transfrontaliero sugli agrumi, analisi dello stato dell'arte del comparto agrumicolo dell'area transfrontaliera e documenti a supporto di supporto per la creazione di percorsi e attività transfrontaliere legate al mondo degli agrumi nonché proposte di supporto tecnologico per l'implementazione del commercio di agrumi del territorio poco conosciuti.

Il Progetto FRINET ha implementato la propria offerta di consulenza e formativa nei confronti di micro e piccole imprese delle filiere prioritarie per l'area di cooperazione che vivono il delicato momento compreso tra i 2 e i 5 anni di vita.

CAMBUSA: Ha lanciato un marchio cui gli imprenditori possono aderire ed entrare nel circuito dei venditori. I potenziali clienti raggiungono i venditori tramite un'app.

3) Breve descrizione di eventuali piattaforme digitali sviluppate per promozione e vendita online (e-commerce, vetrina multimediale ect), comprese le informazioni tecniche sulle modalità di funzionamento degli strumenti sviluppati

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:

IN.AGRO : Attualmente vi sono 6 imprese del settore agricolo, turistico e agroalimentare che sono state giudicate ammissibili per la fruizione dei servizi messi a disposizione dal bando del progetto.

FRINET: 13 imprese della filiera del Turismo Innovativo e Sostenibile sono state ammesse alla fruizione dei servizi specialistici del centro di competenze transfrontaliero.

CAMBUSA: Se si consulta l'app creata dal progetto si può notare che vi sono diversi fornitori aderenti.

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 :

Gli eventi sotto indicati si svolgeranno tutti in presenza.

- 1) **Liguria da Bere** - La Spezia - Giugno 2022 – mostra mercato delle eccellenze liguri vitivinicole, nelle ultime edizioni ospita anche stand gastronomici anche extra regionali.
- 2) **Olioliva** – La Festa dell'Olio Nuovo – Oneglia (SV) - Novembre 2022 – mostra mercato dedicato all'oliva taggiasca ma con settori dedicati alle eccellenze enogastronomiche del territorio ligure e non.
- 3) **Azzurro Pesce d'Autore** – Andora (SV) – settembre 2021 mostra mercato di prodotti di eccellenza locali ed italiani, dedicata al pesce ma anche agli altri settori della gastronomia.

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:

7) Fare proposte per eventuali percorsi formativi indicando le materie o tematiche su cui sviluppare l'attività :

- Incontri dedicati alla gestione della vendita on line, focalizzandosi sulla presentazione dell'immagine dell'azienda, le modalità di gestione della vendita on line e la logistica delle spedizioni. Analisi costi/benefici dell'on line a seconda del tipo di azienda.
- Strategie di marketing per il potenziamento della clientela locale;
- Percorsi da seguire per il conseguimento di certificati di qualità;
- Guida alle agevolazioni alle imprese, percorsi formativi su come reperire informazioni utili per usufruire di agevolazioni e contributi.

8) Eventuali considerazioni

1) Partenaire du projet: Camera di Commercio Riviera di Liguria **et territoire de référence** : LIGURIE

2) Brève description du projet à capitaliser:

- IN. AGRO : Le but est de compléter l'existant en exploitant les potentialités que les connexions transfrontalières peuvent donner aux entreprises du domaine de coopération avec le soutien de consultants hautement spécialisés en modalité transfrontalière
- FRINET: Le projet a pour but de capitaliser les bonnes pratiques du précédent projet FR.I.NET2, en développant et en structurant davantage le Centre de compétences transfrontalier qui avait été mis en place. Le projet vise en effet à créer un réseau d'experts et de structures capables d'offrir des technologies et des services avancés, permettant aux entreprises des filières prioritaires du programme d'accroître leur capacité de produire de l'innovation et de se consolider sur les marchés étrangers.
- MARE DI AGRUMI est un projet qui vise à accroître la compétitivité des micro et petites entreprises de la zone transfrontalière liées au secteur agricole, agroalimentaire et du tourisme "vert". Fil rouge distinctif est la valorisation d'un produit de qualité et multifonctionnel commun à tous les territoires : l'agrumes.
- CAMBUSA: soutient l'intégration entre la filière du tourisme nautique et celle des productions agroalimentaires locales et de qualité. Le défi qui se pose de manière conjointe et au niveau transnational est de créer un lien entre les deux réalités à travers le public cible touristique des plaisanciers, qui peut offrir aux entreprises un débouché commercial important et se caractérise par une capacité de dépense significative.

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

IN.AGRO: le projet aborde les thématiques du changement de l'attitude mentale des entreprises en agissant sur l'accroissement de la disposition de celles-ci à faire réseau à faire système surtout dans le domaine transfrontalier en vue de proposer une offre touristique de meilleure qualité.

FRINET: Le projet vise à fournir des conseils spécialisés aux entreprises des filières prioritaires, dont le tourisme durable et innovant.

MARE DI AGRUMI: Agrandir la nouvelle offre touristique de l'aire rotalière avec un nouveau tourisme green et complété avec conteste socioéconomique des territoires. Elle vise également à mettre en place une approche innovante de la gestion des déchets d'agrumes, des stratégies de regroupement communes pour favoriser la durabilité des entreprises et accroître l'attrait des territoires.

CAMBUSA: le projet relie le monde du tourisme de la Nautique avec celui des Micro et Petites Entreprises Locales du secteur agroalimentaire.

b) Problèmes rencontrés et traités dans le projet

Pour le projet IN.AGRO en particulier, les difficultés les plus importantes ont été de trouver des entreprises participant au projet dans le courant de 2020, pendant les premières phases de l'urgence sanitaire.

c) Résultats obtenus

Le projet IN.AGRO est en cours de réalisation. T1 où ont été identifiés les consultants qui aideront les entreprises bénéficiaires à réaliser des plans communs frontaliers.

Le projet MARE di AGRUMI a créé une marque touristique "MARE di AGRUMI", analyse de l'état de la technique dans le secteur des agrumes dans le commerce transfrontalier et documents à l'appui de la création de chemins et activités transfrontaliers liés au monde des agrumes ainsi que des propositions de support technologique pour la mise en œuvre du commerce de agrumes du territoire peu connus.

Le projet FRINET a mis en œuvre son offre de conseil et de formation à l'égard des micro et petites entreprises des filières prioritaires de coopération qui vivent le moment délicat entre 2 et 5 ans d'existence.

CAMBUSA : Le Projet a lancé une marque à laquelle les entrepreneurs peuvent adhérer et entrer dans le circuit des vendeurs. Les clients potentiels atteignent les vendeurs via une application.

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.

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.

IN.AGRO : Actuellement, 6 entreprises du secteur agricole, touristique et agroalimentaire ont été jugées éligibles pour l'utilisation des services mis à disposition par l'appel du projet.

FRINET : 13 entreprises de la filière Tourisme Innovant et Durable ont été admises à bénéficier des services spécialisés du centre de compétences transfrontalier.

CAMBUSA : Si vous consultez l'application créée par le projet, vous remarquerez qu'il y a plusieurs fournisseurs adhérents.

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.

Les événements suivants auront lieu en présence.

Liguria da Bere - La Spezia - Juin 2022 - exposition marché des excellences de la Ligurie vitivinicole, dans les dernières éditions accueille également des stands gastronomiques aussi extra-régionaux.

Olioliva - La Festa dell'Olio Nuovo – Oneglia (IM) - Novembre 2022 - exposition de marché dédié à l'olive taggiasca mais avec des secteurs dédiés à l'excellence œnogastronomique du territoire ligure et non.

Azzurro Pesce d'Autore – Andora (SV) - septembre 2021 exposition marché de produits d'excellence locaux et italiens, dédié au poisson mais aussi aux autres secteurs de la gastronomie.

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.

- Rencontres dédiées à la gestion de la vente en ligne, en se focalisant sur la présentation de l'image de l'entreprise, les modalités de gestion de la vente en ligne et la logistique des expéditions. Analyse coûts/bénéfices de l'on line en fonction du type d'entreprise.
- Stratégies de marketing pour le renforcement de la clientèle locale;
- Parcours à suivre pour l'obtention de certificats de qualité;
- Guide des facilités pour les entreprises, parcours de formation sur la façon de trouver des informations utiles pour bénéficier d'avantages et de contributions

8) Autre considérations