



Riunione della Giunta camerale del

23	/	06	/	2022
gg		mm		aaaa

Allegato n. 2

SCHEMA DI VALUTAZIONE INIZIATIVE DI SETTORE

TITOLO DELL'INIZIATIVA

CAMPAGNA AMICA 2022 – agricoltura, sostenibilità, cittadinanza

PERIODO DI SVOLGIMENTO

01 maggio 2022 - 15 settembre 2023

CONTRIBUTO RICHIESTO €

40.000

SPESA PREVISTA €

82.000

NOTE*

*In caso di rettifica del contributo per superamento del cumulo dei benefici pubblici



PARAMETRI DI VALUTAZIONE	INIZIATIVA	COLONNA RISERVATA UFFICIO BANDI
Iniziativa inserita in un settore	<input checked="" type="checkbox"/> Agricoltura <input type="checkbox"/> Artigianato <input type="checkbox"/> Industria <input type="checkbox"/> Commercio	
Iniziativa inserita in una delle aree prioritarie di intervento promozionale per il 2022	A) COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE <input type="checkbox"/> Innovazione e digitalizzazione delle imprese e della PA <input checked="" type="checkbox"/> Sostegno alla competitività delle imprese e dei territori <input type="checkbox"/> Valorizzazione del patrimonio culturale, promozione del turismo, miglioramento delle condizioni ambientali <input type="checkbox"/> Orientamento al lavoro e alle professioni B) REGOLAZIONE DEI MERCATI <input type="checkbox"/> Tutela del consumatore e del mercato, vigilanza, rilevazione prezzi e giustizia alternativa C) COMMERCIO INTERNAZIONALE E INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO <input type="checkbox"/> Supporto all'internazionalizzazione delle imprese D) SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE <input type="checkbox"/> Servizi istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche	



CRITERI OGGETTIVI - DIRIGENTE AREA 2 DR MAURO SFREDDO

Pluralità degli Organismi coinvolti incluso il richiedente	<input type="checkbox"/> un solo Organismo <input type="checkbox"/> fino a due Organismi <input checked="" type="checkbox"/> tre Organismi e oltre	<input type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input checked="" type="checkbox"/> 25
Tipologia dell'iniziativa in termini di individuazione delle imprese destinatarie	<input type="checkbox"/> L'iniziativa prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa oppure <input checked="" type="checkbox"/> L'iniziativa non prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa	
Numerosità e struttura delle imprese destinatarie dell'iniziativa	<p>Se l'iniziativa prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</p> <input type="checkbox"/> fino a 20 imprese potenzialmente destinatarie <input type="checkbox"/> da 21 imprese potenzialmente destinatarie e oltre <input type="checkbox"/> fino a 50 addetti potenzialmente interessati <input type="checkbox"/> da 51 addetti potenzialmente interessati e oltre <p>Se l'iniziativa NON prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</p> <input type="checkbox"/> fino a 100 imprese potenzialmente destinatarie <input checked="" type="checkbox"/> da 101 imprese potenzialmente destinatarie e oltre <input type="checkbox"/> fino a 500 addetti potenzialmente interessati <input checked="" type="checkbox"/> da 501 addetti potenzialmente interessati e oltre	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 10 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 10 <input type="checkbox"/> 5 <input checked="" type="checkbox"/> 10



Maggiore percentuale di copertura dei costi di progetto tramite entrate diverse dal contributo camerale	<input checked="" type="checkbox"/> dal 50% al 55,99% <input type="checkbox"/> dal 56% al 60,99% <input type="checkbox"/> dal 61% e oltre	<input checked="" type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input type="checkbox"/> 25
TOTALE PUNTEGGIO (A)		60



CRITERI DI OPPORTUNITÀ – GIUNTA CAMERALE

Rilevanza, ai fini della promozione dell'economia provinciale e utilità per le imprese, concentrando le risorse su iniziative di maggior rilievo	<p>Breve descrizione</p> <div><p>Iniziative a Vicenza e in cittadine e presso aziende della Provincia con laboratori, attività ludico didattiche dedicate alle famiglie e scuole. Attività di aziende aperte nel territorio vicentino.</p><p>Informazione, consulenza e supporto verso le aziende per miglioramento verso il mercato e realizzazione di nuovi servizi. Rafforzamento dell'immagine sui social e della reputation delle aziende, sinergia tra i diversi componenti della filiera. Tutte le attività verranno sviluppate e promosse sui canali Social e sui canali promozionali di carattere regionale e provinciale: TV, Radio, Giornali e volantinaggio. Se le attività promozionali in loco non saranno effettuabili, si incentiverà l'aspetto di webinar.</p></div>	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> 5
Destinazione alla generalità delle imprese interessate anche non iscritte, non aderenti o non facenti parte dell'Organismo proponente, associazione di categoria, comitato o organismo organizzatore dell'iniziativa	<p>Breve descrizione</p> <div><p>Le aziende verranno invitate dalle associazioni di categoria, dai consorzi di tutela, dai distretti del Commercio del territorio, purché rispondano ai criteri di trasparenza, di legalità e di promozione del vero made in Italy e garanzia della filiera.</p><p>Invitate aziende agricole, agriturismi, cantine vitivinicole, florovivaistiche, fattorie didattiche, fattorie sociali, ristoranti, aziende artigianali della filiera.</p></div>	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> 5



<p>Incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale rispetto a iniziative che hanno riflessi indiretti o soltanto temporanei</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 315 1045 1120"><p>Le iniziative hanno lo scopo di riattivare il tessuto economico e sociale del territorio vicentino, con l'incremento di reddito delle aziende, lo sviluppo di nuove realtà mercatali e di vendita, nuove aziende, riattivare le attività agrituristiche, l'aumento di aziende giovani e nuovi insediamenti imprenditoriali. Mantenimento delle aziende nel territorio, come presidio economico e tutela dell'ambiente, sviluppare sostenibilità economica e sociale nel tessuto economico locale. Aumentare la conoscenza da parte delle giovani generazioni sulle produzioni locali, la stagionalità, l'etichettatura di origine per una spesa consapevole e sani stili di vita. Educare i cittadini al riconoscimento delle fake news e tutelare il consumatore da fenomeni modaiooli come la Frankenstein Meat o i surrogati. Rafforzare i partenariati di filiera, le relazioni BtoB, ma anche la fidelizzazione tra cittadini e piccole e medie aziende locali.</p><p>Formazione di cittadini consapevoli, futuri imprenditori, persone impegnate e che credono nella res- pubblica, per lavorare per il bene comune, per un'economia equa.</p></div>	<div data-bbox="1114 241 1171 645"><input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> 5</div>
<p>Carattere innovativo di processo e/o prodotto</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 1249 1066 1892"><p>L'uso dei canali social network, di webinar, ma anche dello story telling, carattere innovativo nella comunicazione imprenditoriale e aziendale.</p><p>L'innovazione è essenzialmente legata alla sinergia e alla valorizzazione della sostenibilità.</p><p>Sostenibilità economica: miglioramento redditività aziende e sviluppo delle filiere, sviluppo agricoltura 4.0 legata anche alle tradizioni.</p><p>Sostenibilità sociale: nuovi posti di lavoro e servizi ai cittadini (welfare).</p><p>Sostenibilità ambientale: agricoltura come presidio del territorio e mantenimento della biodiversità.</p><p>Sviluppo di una nuova didattica, legata all'outdoor-education e ai Patti Educativi di Comunità che portano la scuola a dialogare con il contesto economico e sociale dove è inserita: la comunità entra nella scuola, la scuola si apre alla comunità in un dialogo di inclusione e che permetta di creare cittadini consapevoli.</p></div>	<div data-bbox="1114 1178 1184 1944"><input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input checked="" type="checkbox"/> 10</div>



Adeguatezza del sistema di misurazione dell'efficacia dell'iniziativa/progetto	<p>Breve descrizione</p> <div><p>In termini di numeri la valutazione verrà fatta sulla base di Numero di nuovi primi insediamenti in agricoltura. Numero di scuole, classi e alunni coinvolti nel progetto scuola. Valutazione qualitativa: Tramite i questionari di gradimento del percepito dei clienti e dei cittadini sui cui risultati si possono fare analisi, scelte, valutazioni e sviluppo di nuovi progetti. La presenza sui social e i like forniscono un feedback immediato sul riscontro delle iniziative. Verifica del miglioramento tramite feedback di esperti presenti sul posto fornisce la qualità delle risposte e della comprensione delle criticità e attuazione di problem solving che il contatto umano può dare.</p></div>	<div><input type="checkbox"/> 0</div> <div><input type="checkbox"/> 1</div> <div><input type="checkbox"/> 2</div> <div><input type="checkbox"/> 3</div> <div><input type="checkbox"/> 4</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> 5</div>
TOTALE PUNTEGGIO (B)		<div>30</div>
TOTALE A+B		<div>90</div>



APPENDICE: DESCRIZIONE INTEGRALE DELL'INIZIATIVA / PROGETTO



Obiettivo dell'iniziativa/progetto:

L'economia agricola e della multifunzionalità vicentina si trova in un momento di forte tensione, crisi causata dai due anni di pandemia Covid e dalla crisi Ucraina- Russia; quindi ora più che mai è necessario fare sinergia lungo la filiera agroalimentare e con i consumatori per promuovere i prodotti tipici e tradizionali del territorio e le aziende che li producono e vendono, le aziende che sviluppano attività multifunzionali, il settore florovivaismo.

Il progetto prevede il coinvolgimento dell'intero territorio provinciale con eventi legati alla stagionalità dei prodotti come l'Asparago Bianco di Bassano DOP, la Ciliegia IGP di Marostica, il formaggio Asiago, ma anche prodotti tradizionali come il Mais Marano, il riso di Grumolo delle Abbadesse, il radicchio Rosso, gli spaghetti di Sant'Anna, il broccolo fiolario, Olio Evo Berico Euganeo DOP, vini DOCG, con manifestazioni in città di Vicenza e nelle principali cittadine e località della provincia. Con queste manifestazioni si intende coinvolgere la cittadinanza, i turisti, ma con una sinergia con le realtà agrituristiche e ristorative dove all'interno della manifestazione oltre alla vendita diretta verranno proposti show cooking, masterclass dedicate al prodotto, laboratori sulla stagionalità diversificate per età (bambini, adulti).

Agli eventi verranno abbinati anche eventi nelle aziende, con Fattorie Aperte con momenti ludico ricreativi, oltre che di presentazione della realtà aziendali, dei prodotti e soprattutto delle imprese giovani che sanno innovare.

Verranno sviluppati dei momenti di approfondimento in presenza e sui social con la produzione di materiale promozionale, con i cuochi che andranno "a scoprire e conoscere" i prodotti e i produttori in una sorta di "Colto e mangiato". Per questa attività si lavorerà con le associazioni di cuochi presenti nel territorio, accanto ai cuochi della ristorazione si lavorerà con i CUOCHI CONTADINI, AGRICHEF che valorizzeranno i prodotti dell'azienda e della rete e con i soggetti della filiera: molini, pastai, pasticcerie, gelaterie, pizzerie.

Altra attività che si intende sviluppare è il progetto scuola nell'ambito dell'educazione civica, ambientale ed alimentare dove gli studenti possano conoscere e approfondire temi dell'Agenda 2030, dal rispetto dell'ambiente, dell'agricoltura, del territorio in cui vivono, alla sana alimentazione legata alla stagionalità ed alla tipicità. Si vuol far conoscere ed amare la propria cultura, l'enogastronomia tipica, le specificità che ogni territorio ha e che solo conoscendole si possono difendere e promuovere. Con il progetto si vogliono sfatare anche tante fake- news sull'agricoltura, sul cibo, per creare vera conoscenza e competenza, ad ogni livello.

Il progetto formativo: L'iniziativa fa riferimento al protocollo d'intesa del luglio 2019 "Per la promozione delle competenze connesse alla sostenibilità nell'alimentazione, per lo sviluppo dell'economia circolare, della green economy e dell'agricoltura di precisione e digitale" tra il Miur e "Omissis". Riservato a tutte le scuole, il progetto mira ad integrare l'insegnamento con gli usuali metodi abbinati agli strumenti pratici, in modo da trasmettere agli studenti conoscenza ed esperienza attraverso la realtà che li circonda. Le finalità: "Omissis" intende aiutare i più piccoli, attraverso la formazione scolastica, a diventare cittadini responsabili. Per questo, attraverso il progetto scuola l'Associazione promuove modelli positivi di comportamento, per rendere concreti corretti stili di vita, sia funzionale alla crescita sana, che al miglioramento del benessere psico-fisico.

Gli obiettivi da raggiungere: I bambini non si accontentano delle nozioni, ma vogliono toccare con mano le cose. Il progetto scuola ha l'ambizione di riuscire a fare proprio questo, perché è stato messo a punto con il preciso scopo di raggiungere obiettivi tangibili. Nel rapporto diretto con la natura, si darà vita ad un'esperienza multisensoriale in cui forme, colori, sapori ed odori, emozioni e sensazioni diventeranno veicoli per lo sviluppo cognitivo e sociale.



Destinatari dell'iniziativa/progetto:

Le diverse iniziative verranno diversificate per intercettare diversi target:

Gli eventi di piazza o nei mercati coinvolgeranno i cittadini consumatori, in particolare verranno divise le attività dedicate alle famiglie, i giovani, con attività più dedicate ai social e agli eventi più freschi; le persone più adulte alto spendenti e con tempo libero; gli sportivi ed amanti di vivere la natura.

Attività più mirate alla conoscenza del prodotto in termini più tecnici e di competenze legate ai benefici salutistici, oltre che aspetti di reperibilità del prodotto e sviluppo di incontri BtoB con attività dedicate ad agriturismi, cantine, circuito HoReCa e attività artigianali della filiera.

Progetto scuola dedicato a: Studenti- insegnanti -famiglia: scuole di ogni ordine e grado, sia statali, comunali che paritarie.

Risultati attesi:

Nell'attuale situazione legata all'emergenza COVID 19 e all'aumento dei costi di produzione in tutti i settori produttivi e alla contrazione dei consumi, anche sull'alimentare e sul leisure che si sta registrando, nei prossimi mesi, è più urgente ripartire, sostenendo nella promozione le aziende e le attività che in questo anno hanno avuto una forte contrazione di lavoro e di reddito, le attività di promozione intendono far ripartire l'economia locale, la frequenza alla partecipazione e all'acquisto, finalizzate all'iniezione di liquidità necessaria alla ripartenza in diversi comparti del settore agricolo.

Ci si auspica in una maggiore consapevolezza dei cittadini e dei bambini che porti oltre che ad una coscienza civica sull'importanza dell'agricoltura, il risultato di maggiori spese in loco, facendo ripartire l'economia e il tessuto sociale locale e le filiere locali (ristorazione, laboratori artigianali, attività connesse agricole).

Aumento della attività di vendita diretta, riapertura o apertura di attività agrituristiche, riattivazione e sviluppo delle attività di fattoria didattica e sociale. Per il settore vino, olio e florovivaistico una ripresa dei consumi anche con forme diverse, come l'enoturismo, oleoturismo e le esperienze di orticoltura e aziende aperte.

Questo va accompagnato con il continuo miglioramento degli standard, un miglioramento dei prodotti, del sistema, innovazione produttiva, distributiva e del lavoro quindi una crescita culturale degli imprenditori, che vanno seguiti e monitorati ed aiutati in percorso di crescita e di consapevolezza nel loro ruolo, anche in chiave di sostenibilità e di Carta dell'Accoglienza della Regione Veneto.

Per quanto riguarda le attività dedicate agli operatori del settore della ristorazione e della trasformazione sappiano riconoscere il grande valore dei prodotti del nostro territorio, come patrimonio di biodiversità, di economia circolare e di sviluppo di un'economia locale BtoB, che si slegli dalle dinamiche della GDO e del sotto costo e sappiano valorizzarle nelle loro proposte gastronomiche.



Ricadute positive sul territorio:

Le attività proposte potranno valorizzare e dare forza ad un'economia basata sulla sostenibilità, sulla salvaguardia della biodiversità italiana, il filo conduttore più affascinante e sorprendente con cui si possa raccontare la ricchezza del nostro Paese e della nostra provincia in particolare, sia per le piccole che per le grandi produzioni. Con la valorizzazione delle specificità del territorio si auspica in un giusto riconoscimento del valore e del prezzo dei prodotti del comparto agroalimentare, con una filiera forte composta da piccole e medie aziende che sappiano essere protagoniste dell'economia locale, nazionale e internazionale, ma soprattutto che il loro valore venga riconosciuto, in termini di acquisto, fidelizzazione, in quanto queste aziende creano il tessuto economico e sociale caratteristico del nostro territorio e non delocalizzano le produzioni, ma sono radicate nelle nostre comunità. Si auspica un riconoscimento anche del valore ambientale dell'agricoltura uscendo dagli stereotipi e preconcetti.

Nello scenario economico fortemente mutato degli ultimi mesi, è necessaria una ripartenza che tenga conto della sostenibilità economica, sociale, ambientale in un connubio tra agricoltura 4.0, servizi, territorio e tradizioni.

Questa trasformazione richiede impegno da parte di tutti gli attori del sistema economico, investimenti in un modello di innovazione sostenibile realizzato da aziende che devono evolvere per riposizionarsi nel mercato e in uno sviluppo dell'imprenditoria giovanile.

Criteri che il beneficiario intende adottare per la misurazione dell'efficacia dell'iniziativa/progetto (es. rilevazione di customer satisfaction o opportuni indicatori qualitativi e quantitativi di valutazione, in relazione agli obiettivi stabiliti):

Verranno somministrati dei questionari di customer satisfaction durante le diverse iniziative, finalizzate a recuperare la soddisfazione del cliente sull'iniziativa proposta, criticità, miglioramenti attesi che evidenzino in particolare ciò che i cittadini preferiscono o si aspettano di imparare nelle iniziative.

Si provvederà ad analizzare modalità di approccio, esposizione, gestione dei clienti e ospiti durante le iniziative grazie ad un esperto esterno, con feedback di ritorno alle aziende partecipanti e si valuterà la soddisfazione clienti, il numero di presenze pre e post intervento.

Numero di scuole e alunni partecipanti al progetto scuola, aree coinvolte e ricadute in termini di nuovi clienti nelle realtà locali di vendita diretta, agriturismo, fattorie didattiche e sociali.

Un indicatore interessante sarà il numero di nuove attività legate alla multifunzionalità che si attiveranno dopo l'intervento e dei ristoranti e agriturismi che non solo acquisteranno prodotti del territorio, ma proporranno iniziative legati ad essi.

Altro indicatore interessante sarà il numero di nuove aziende giovani che verranno aperte dopo l'intervento.