

**SRG 07.1 Cooperazione per i sistemi del cibo, filiere e mercati locali**

**DOMANDA DI PREADESIONE BANDO 2024/2025**

<b>TITOLO PROGETTO</b>	TARGATO MURISENGO E DINTORNI
<b>DENOMINAZIONE/ Ragione sociale CAPOFILA</b>  obbligatorio per presentare la successiva Domanda di Sostegno	Ragione sociale: PASTICCERIA QUILICO DI BARBERIS CESARE .....  PIVA: 0176098 006 8  Indirizzo: VIA UMBERTO I, 76 – 15020 MURISENGO AL  email: <a href="mailto:info@pasticceriaquilico.it">info@pasticceriaquilico.it</a>
<b>TERRITORIO DI INTERESSE (localizzazione)</b>	Murisengo, Valcerrina e dintorni
<b>NUMERO SOGGETTI DEL BENEFICIARIO POTENZIALMENTE ADERENTI ATTIVAMENTE AL PROGETTO</b>	Più di 10

**Produzioni/Filiere agricole/agroalimentari valorizzate con il progetto**

n.	Produzioni/filiere	Regimi di qualità e Denominazione (in caso di Dop, Igp, Doc, Docg)	Pat (Prodotto agroalimentare tradizionale)
1	Vitivinicole	X	
2	Corilicole		X
3	Casearia		
4	Zootecnia		
5	Apicoltura		
6	Cerealicola		

7	Prodotti trasformati e da barattolo		
8	Biologici	X	
5	Prodotti da forno e dolciari	Sistema di qualità regionale Eccellenza Artigiana Regionale	

## INDICARE SINTETICAMENTE GLI OBIETTIVI DEL PROGETTO DI COOPERAZIONE CHE SI VOGLIONO PROPORRE

Il progetto si propone di mettere in rete soggetti (produttori agricoli e un intermediario) delocalizzati nel contesto rurale, consentendo loro di sfruttare spazi comuni (mercati locali/temporary store), sia in soluzioni urbane specificatamente dedicate sia in fiere/eventi terzi di settore di maggior affluenza e visibilità, per promuovere/valorizzare i prodotti agroalimentari ed enologici, accompagnati dallo story telling delle molteplici caratteristiche che identificano le diverse imprese agricole.

In particolare, si intende ricreare una ATS che assolvano al ruolo di concertazione svolgendo azioni di animazione, di comunità, di confronto, di ottimizzazione dei costi, di visibilità/comunicazione/promozione e di vivacità economico-commerciale, anche, recuperando una narrazione diretta tra produttore e consumatore, volta a trasmettere il valore della tradizione espresso negli usi e costumi agricolo-produttivi, nonché dell'agricoltura etica che guarda alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Il tutto, in un'ottica di riduzione degli sprechi (anche attraverso le indicazioni di cucina a zero sprechi), di promozione del consumo consapevole (azioni di formazione/informazione di carattere nutrizionistica) e della sicurezza alimentare (azioni di formazione/informazione a cura di associazioni di categoria), favorendo la vendita diretta, stagionale e a km zero (a zero impatto ambientale).

Inoltre, il progetto si avvarrà di interventi di miglioramento contenutistico e/o strutturale dei singoli apparati digitali, apportando un sistema di comunicazione integrato e condiviso con un piano editoriale ben riconoscibile e di strategia, in grado anche di raccogliere ordini e prenotazioni.

Attraverso il Temporary Store verrà stimolato l'interesse e la motivazione, da parte degli avventori/consumatori, alla visita delle diverse imprese agricole dislocate nel contesto rurale, riscoprendone virtù e valore storico-culturale e imprenditoriale, con i prodotti di filiera corta e loro trasformati.

Tali attività tendono, dunque, a integrare maggiormente l'agricoltura nelle sue diverse declinazioni ed espressioni, potenziando le opportunità per tutte quelle imprese di minor capacità economico-comunicativa, spesso, confinate nelle aree a dimensione limitata favorendo, così, economie di scala e un'economia circolare e inclusiva, capace di intercettare anche il settore turistico, in particolare, agroalimentare, enologico, naturalistico e dell'outdoor, concorrendo, nel contempo, al miglioramento e alla valorizzazione della vita locale. Il mantenimento attivo degli attori di progetto nelle aree rurali concorrerà, inoltre, alla migliore cura e manutenzione del paesaggio, anche, attraverso l'organizzazione di escursioni guidate con tappe nelle aziende.

Azioni in sintesi: attivazione Temporary Store, partecipazione ad eventi/fiere di settore, attivazione strategia editoriale con social media manager, allineamento singoli portali internet, costruzione offerte per i pacchi natalizi delle PMI, tour outdoor con degustazioni, eventi/work-shop di degustazione di formazione/informazione; animazione.

Tra i partner non beneficiari di progetto si intende ricomprendere il Comune di Murisengo.

Nel loro complesso, le azioni ben si integrano con le politiche locali, regionali e nazionali nel rispetto dell'Agenda 2030.

