

MODELLO 3 – DESCRIZIONE DEL PROGETTO PROMOZIONALE E DI VALORIZZAZIONE

Progetto promozionale e di valorizzazione di cui all'art. 6 della Legge Regionale 17 novembre 2017, n. 21 ai sensi della Delibera di Giunta N. 806 del 14/05/2024

1 TITOLO

“IL PANE FA TENDENZA 2024” – Azioni per la valorizzazione del pane e dei prodotti da forno artigianali della Regione Emilia-Romagna”

2. SOGGETTI ATTUATORI

CNA EMILIA-ROMAGNA (SOGGETTO PROPONENTE) E IL SISTEMA TERRITORIALE

CNA Emilia-Romagna presenta il progetto in qualità di ente proponente e realizzerà le attività con la partecipazione di tutto il sistema associativo emiliano romagnolo, di cui fanno parte 10 CNA Territoriali, (Bologna, Modena, Reggio Emilia, Parma, Piacenza, Ferrara, Rimini, Forlì Cesena, Ravenna, Imola). Le CNA Territoriali collaboreranno attivamente alla progettazione e realizzazione delle attività di progetto, si occuperanno della promozione delle azioni sul territorio provinciale.

I dati del soggetto presentatore sono:

✓ **CNA Emilia-Romagna** (soggetto presentatore) – con sede in via Rimini 7 – 40128 Bologna; CF. 80040150379 Legale Rappresentante Paolo Cavini; Segretario Diego Benatti; referente di Progetto Claudia Ramiri CNA Agroalimentare Emilia-Romagna.

L'industria di trasformazione agroalimentare in Emilia-Romagna è un'industria importante caratterizzata da una fortissima componente artigianale: delle **4.500 imprese dell'industria alimentare e delle bevande attive nel 2024** (circa l'11% delle imprese manifatturiere in regione), 2.840 sono imprese artigianali: prodotti da forno e farinacei, lavorazione della carne, settore lattiero caseario sono i settori più importanti del comparto artigianale (fonte: Rapporto Unioncamere al 31 marzo 2024).

Il sistema CNA Emilia-Romagna rappresenta 61.000 imprese a livello regionale, con 3.000 imprese associate dell'industria alimentare e delle bevande e 2.300 della ristorazione.

Compito di **CNA Emilia-Romagna** è rappresentare gli interessi delle imprese presso le istituzioni di livello regionale, come anche favorire la crescita e lo sviluppo delle imprese tramite progetti promozionali coordinati da CNA Regionale, ma che vedano il coinvolgimento di tutti i territori provinciali.

Circa **421 (quattrocentoventuno)** imprese associate al sistema CNA Emilia-Romagna afferiscono, per codice ATECO, ai settori oggetto del presente bando e quindi della produzione di pane e

prodotti di pasticceria freschi, della produzione di fette biscottate e biscotti, della produzione di paste alimentari e di prodotti farinacei simili e sono iscritte all'albo delle imprese artigiane. Questi settori sono rappresentati in CNA Emilia-Romagna tramite il Mestiere Dolciari Panificatori presente a livello di ciascuna area provinciale di riferimento, oltre che a livello nazionale. Il Mestiere prevede un rappresentante politico imprenditore che ha potere di rappresentanza nei confronti delle istituzioni regionali per l'ambito di competenza, che è denominato Presidente di mestiere. Il Presidente di mestiere esercita la sua attività tramite lo strumento del comitato esecutivo di mestiere, che prevede per ogni territorio provinciale un rappresentante imprenditore che definisce le priorità di sviluppo del settore. Tali aspetti sono riportati e evincibili dallo statuto e dal regolamento dell'Associazione che viene allegato.

Nell'ambito del mestiere Dolciari Panificatori è priorità di lavoro la promozione del consumo del pane ed in particolare la diffusione della nuova legge regionale, come anche la tutela e la valorizzazione dei forni di qualità artigianale che producono pane fresco a livello regionale.

Il sistema CNA Emilia-Romagna, oltre alla sede regionale, è strutturato in **10 CNA Territoriali** (Bologna, Modena, Reggio Emilia, Parma, Piacenza, Ferrara, Forlì Cesena, Rimini, Ravenna e Imola), ognuna delle quali ha un rapporto diretto con le imprese, attraverso la diffusa rete territoriale delle sedi provinciali e sviluppa strutture autonome di servizi e consulenze specifiche.

Anche nelle sedi provinciali è presente l'Unione di Mestiere Agroalimentare che rappresenta gli interessi delle imprese Artigiane e delle Piccole e Medie Imprese del Settore, promuovendo opportunità, servizi, e fornisce risposte aggiornate alle aziende artigiane e alle piccole e medie Imprese socie che operano in tutte le fasi di trasformazione della filiera.

Anche le CNA Territoriali riportano nello statuto la finalità di rappresentare gli interessi delle imprese di panificazione e affini iscritte all'albo artigiani, promuovendo e valorizzando il pane fresco e i prodotti da forno.

Sette CNA Territoriali (Bologna, Modena, Reggio Emilia, Parma, Ferrara, Forlì-Cesena, Rimini) contribuiranno alla promozione e diffusione nei territori provinciali delle azioni di progetto, alla promozione verso le imprese associate e al loro coinvolgimento, alla realizzazione di eventi territoriali, alla realizzazione di attività nelle scuole, alla partecipazione ad iniziative seminariali.

In particolare le CNA sono:

- ✓ **CNA Bologna** con sede in Viale Aldo Moro 22 - 40127 Bologna;
- ✓ **CNA Modena** con sede in Via F. Malavolti 27 – 41122 Modena (MO) Codice Fiscale 80008070361;
- ✓ **CNA Reggio Emilia** con sede in via Via Maiella, 4 42123 Reggio Emilia
P.IVA 80009630353;
- ✓ **CNA Parma** con sede in via La Spezia 52/A 43125 Parma CF 80008450340;
- ✓ **CNA Rimini** con sede in piazza Leopoldo Tosi 4 – Rimini CF 91018600402;

- ✓ **CNA Forlì Cesena** con sede in Via Pelacano 29 – 47122 Forlì (FC)- Codice Fiscale 80003140409;
- ✓ **CNA Ferrara** con sede in via Caldirolo 84 – 44123 Ferrara.

Le CNA di Piacenza, Ravenna e Imola prenderanno parte al progetto contribuendo alla promozione e alla diffusione delle iniziative.

Vista la capillare presenza di CNA nel territorio, si potranno promuovere le azioni di progetto, all'interno di manifestazioni legate al pane fresco, quali a titolo esemplificativo:

- CNA Bologna organizza diverse manifestazioni/attività promozionali nelle botteghe artigiane del capoluogo, tra cui quelle di panificazione (Cioccoshow, Bologna Lyfestyle);
- CNA Modena si occupa di molte iniziative rivolte all'agroalimentare tra cui Sciocolà;
- CNA Reggio Emilia organizza un appuntamento annuale con i panificatori e i produttori artigianali di CNA Alimentare, che animano la tradizionale Fiera di San Michele a Castelnovo Né Monti; inoltre attività peculiare è quella di portare la panificazione all'interno delle scuole medie inferiori e degli istituti alberghieri del territorio;
- CNA Parma promuove molteplici iniziative come Borgofood (Fidenza), il festival del prosciutto di Parma (Langhirano), partecipa a Cibus salone internazionale dell'alimentazione;
- CNA Rimini sostiene diverse iniziative sull'agroalimentare e supporta la partecipazione delle imprese associate alle principali manifestazioni locali, nazionali quali Domenica in Frantoio, MIA (Mostra Internazionale dell'Alimentazione), Fiere Internazionali con il Consorzio dei Produttori di Piadina Fresca Romagnola, SIGEP;
- CNA Forlì-Cesena promuove e partecipa a diverse manifestazioni sull'agroalimentare, come la "Settimana del Buon vivere"; inoltre sua attività peculiare è quella di realizzare progetti con le scuole, nelle quali svolge attività per i ragazzi sui temi legati all'artigianato e alle aziende artigiane di panificazione;
- CNA Ferrara promuove diversi eventi sull'alimentare, tra cui il Festival Internazionale, Iniziative sulla coppia Ferrarese.

CNA EMILIA-ROMAGNA si occuperà del management di tutte le attività di progetto, definendo in modo coordinato con le CNA del territorio le azioni da svolgere secondo quanto previsto dal progetto approvato, gli organi di governo del progetto, gli organismi di gestione delle attività, le azioni territoriali, regionali o trasversali.

In particolare le CNA Territoriali **avranno il compito di interessare massimamente le imprese destinatarie del progetto**, di coinvolgerle nelle diverse azioni le scuole e le istituzioni del territorio, gli enti di ricerca.

CNA Regionale e le CNA Territoriali hanno rapporti consolidati con Enti e Istituzioni che fanno riferimento al settore agroalimentare, che verranno coinvolti e daranno un importante contributo al raggiungimento degli obiettivi di progetto, in particolare verranno coinvolti come nella scorsa edizione:

- **ISMEA (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare)**: è un ente pubblico economico istituito con l'accorpamento dell'Istituto per Studi, Ricerche e Informazioni sul Mercato Agricolo (già ISMEA) e della Cassa per la Formazione della Proprietà Contadina. Nell'ambito delle sue funzioni istituzionali l'ISMEA realizza servizi informativi, assicurativi e finanziari e costituisce forme di garanzia creditizia e finanziaria per le imprese agricole e le loro forme associate. Ismea si occupa inoltre del monitoraggio dei mercati agricoli e fornisce un set di dati, informazioni e analisi per supportare gli operatori Istituzionali e privati ad orientarsi nel mercato.

Nel presente progetto, come nella scorsa edizione, **Ismea verrà coinvolta nella realizzazione dell'iniziativa conclusiva di progetto**, in cui saranno invitate le Istituzioni nazionali, la Regione Emilia-Romagna, enti di ricerca, le scuole per illustrare in una tavola rotonda, alla presenza delle imprese beneficiarie di progetto, la situazione del mercato e i punti di forza e debolezza del settore, alla luce dell'aumento dei prezzi delle materie prime, dell'energia e del mutare dello scenario di mercato.

- **CREA -Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria- Centro di Ricerca per la Cerealicoltura e le Colture Industriali**: CREA è uno dei più importanti enti di ricerca agro-alimentare italiano con personalità giuridica di diritto pubblico, vigilato dal Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali (Mipaaf). Le competenze scientifiche spaziano dal settore agricolo, zootecnico, ittico, forestale, agroindustriale, nutrizionale, fino all'ambito socio-economico. Affronta con un approccio multidisciplinare le grandi sfide del ventunesimo secolo legate alla sostenibilità delle produzioni agroalimentari nello spirito dei principi dell'economia circolare, della bioeconomia e del trasferimento dell'innovazione.

In particolare le attività di **CREA - Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria - Centro di Ricerca per la Cerealicoltura e le Colture Industriali** sono orientate a:

- sfruttare le opportunità offerte dalle scienze emergenti per comprendere i meccanismi che governano e limitano la produzione della pianta e dei sistemi cerealicoli ed industriali;
- trasformare, con un approccio multidisciplinare, le conoscenze scientifiche acquisite in strumenti innovativi per il miglioramento genetico, per l'innovazione sostenibile nei sistemi cerealicoli industriali e nelle rispettive filiere.

CREA Centro di Ricerca per la Cerealicoltura e le Colture Industriali, come nella scorsa edizione, verrà coinvolto nella realizzazione dell'iniziativa conclusiva di progetto, con focus particolare sulle innovazioni e prospettive della filiera cerealicola. Potranno essere affrontati temi quali, a titolo esemplificativo, le possibili **soluzioni innovative tecnologiche e sostenibili legate alla produzione di pane**, il miglioramento genetico di specie cerealicole e industriali, la gestione sostenibile dei sistemi colturali cerealicoli e industriali, la conservazione, esplorazione e valorizzazione della biodiversità, gli alimenti tipici e innovativi ad elevata valenza nutrizionale e sicurezza, gli aspetti tecnologici della panificazione.

Nel progetto verranno coinvolti anche **enti di ricerca ed esperti di innovazione e di sostenibilità**, per affrontare temi quali le **strategie funzionali da attivare, l'innovazione per incrementare la qualità del prodotto delle imprese del settore, per favorire l'innovazione e la sostenibilità dei processi produttivi e ridurre al minimo il consumo di energia ed i relativi costi.** Potranno essere coinvolti:

- ✓ Tecnopolo di Bologna;
- ✓ MISTER Smart Innovation;
- ✓ FIRE Federazione Italiana per l'uso Razionale dell'Energia.
- ✓ Rete ad alta tecnologia
- ✓ Clust-ER Agrifood

Inoltre le CNA del territorio hanno stretti rapporti **con istituzioni regionali e locali** che saranno coinvolte nel progetto, quali:

- l'Amministrazione comunale di Reggio Emilia e di Castelnovo Monti;
- Gli istituti scolastici di Reggio Emilia e gli istituti alberghieri;
- Gli istituti scolastici di Forlì-Cesena;
- Le istituzioni di Forlì-Cesena.

3. OBIETTIVI DEL PROGETTO

Gli obiettivi del progetto sono strettamente legati allo scenario economico che caratterizza il settore, lo illustriamo in premessa.

Analisi di contesto

Il rapporto **ISMEA Rapporto sulla competitività dell'agroalimentare italiano (Ottobre 2023)** riporta una analisi di contesto del settore agroalimentare.

Dal 2020 al 2022 gli effetti di una serie eventi del tutto inattesi si sono combinati in modo esplosivo in una sorta di "tempesta perfetta": la pandemia da Covid-19 e il lockdown; il susseguirsi di eventi

metereologici estremi; la crescita dei prezzi dei prodotti energetici e di materie prime dovuta a strozzature dal lato dell'offerta; l'invasione dell'Ucraina da parte della Russia, con l'ulteriore impennata dei prezzi del gas e l'impatto sui mercati delle materie prime e sulle catene globali del valore. Tutto ciò ha portato al prepotente ritorno sulla scena dell'inflazione, "finanziata" inizialmente da massicci interventi post-Covid di sostegno della domanda e da politiche monetarie accomodanti e successivamente alimentata dalla capacità delle imprese più grandi di trasferire i maggiori costi sui prezzi di vendita.

Lo scenario a partire dalla metà 2023 rimane molto incerto: prosegue la guerra in Ucraina; resta elevata l'inflazione di fondo; emergono segnali di difficoltà del sistema economico. Nel 2020 l'Italia ha registrato un calo molto pesante del Pil reale, ma i risultati del 2021 e del 2022 sono stati migliori rispetto alla media mondiale e all'Area euro, riportando il Pil sopra il livello del 2019. Tuttavia, il Pil pro-capite resta sotto la media europea e nel corso del decennio 2012-2022 il divario si è ampliato. Gli aumenti dei prezzi dei fertilizzanti e dei prodotti energetici hanno fatto salire i costi del settore agricolo, in un contesto in cui i prezzi internazionali delle commodity agroalimentari, in crescita già dalla fine del 2020, sono ulteriormente aumentati per una serie di fattori legati alla domanda, all'offerta e agli stock mondiali, variabili rispetto alle quali la Cina gioca un ruolo di assoluto rilievo e che sono state influenzate da fattori esogeni, come l'andamento climatico nei grandi paesi produttori e la guerra tra Russia e Ucraina.

I prezzi agricoli hanno cominciato a ridimensionarsi dalla seconda metà del 2022, ma si prevede che si assestino su livelli più alti rispetto agli anni precedenti al Covid-19, in un quadro di permanente incertezza. L'aumento dei prezzi internazionali si è rapidamente propagato in Italia a causa della sua dipendenza dall'estero per prodotti energetici, materie prime e beni intermedi; in questo quadro, l'agroalimentare è stato tra i settori più colpiti e uno dei principali centri di trasmissione degli aumenti dei prezzi.

Nei primi mesi del 2023 l'indice generale dei prezzi al consumo in Italia ha seguito le riduzioni dei prezzi internazionali di energia, fertilizzanti e commodity agroalimentari, ma l'indice dei prezzi al consumo dei beni alimentari ha continuato a crescere, raggiungendo un picco nel mese di marzo (+12%) e un lieve ridimensionamento nei due mesi successivi; la dinamica dei prezzi è risultata comunque inferiore a quella media registrata nell'UE e negli altri tre principali paesi messi a confronto nel Rapporto (Francia, Germania e Spagna). L'inflazione non è mai neutrale e anche in questo caso ha generato effetti asimmetrici: l'asimmetria si è manifestata, oltre che tra settori, anche tra imprese, con effetti differenziati sui margini di profitto a danno delle piccole e medie

imprese rispetto alle più grandi; queste ultime, infatti, grazie al loro maggiore potere di mercato sono in grado di trasferire gli aumenti dei costi sui prezzi di vendita e di rinegoziare i contratti di fornitura.

L'effetto combinato dell'inflazione e della bassa crescita dei redditi - specie quelli da lavoro dipendente - ha eroso il potere d'acquisto e il tasso di risparmio delle famiglie, con forti squilibri sul piano distributivo: il tasso d'inflazione subito dalle famiglie meno abbienti è risultato più alto di circa due punti e mezzo rispetto a quello delle famiglie più benestanti.

Nei due rapporti Ismea **sulle "Tendenze" sul grano duro e tenero" pubblicati ad agosto 2023**, si trovano gli ultimi aggiornamenti sulle dinamiche dei prezzi all'origine, sulla situazione dei raccolti in Italia e nel mondo e le prospettive future alla luce dello stop di Mosca all'intesa per l'esportazione di grano attraverso il Mar Nero dai porti ucraini.

Per il **grano duro**, si legge nel report, dopo la fiammata dei prezzi del biennio 2021-2022, nel 2023 il mercato si è ridimensionato sulla scia del medesimo andamento delle commodity agricole ed energetiche. I prezzi del frumento duro, cresciuti nello scorso anno soprattutto per il crollo della produzione del Canada, a partire dall'autunno 2022 si sono ridotti a causa della ripresa dei raccolti nordamericani e della maggiore disponibilità a livello globale. Per il **grano tenero**, i prezzi hanno invertito la tendenza alla crescita a partire dai primi mesi del 2023, ma le crescenti tensioni legate al mancato rinnovo dell'accordo sul grano ucraino sta nuovamente innescando una corsa ai rialzi.

In Italia, intanto, i **raccolti** di frumento sono aumentati nel 2023 in ragione soprattutto della crescita delle superfici, incoraggiata dai prezzi elevati dello scorso autunno che hanno positivamente orientato gli investimenti, ma sussistono diffuse preoccupazioni sul profilo qualitativo della granella compromessa dalle piogge di maggio e giugno. Situazione analoga per il tenero, in crescita ma su cui incombono le medesime preoccupazioni relative all'impatto delle piogge tardo primaverili.

Per il proseguo **del 2024** è verosimile supporre, per quanto concerne il **frumento duro**, il mantenimento degli attuali livelli di prezzo o, quantomeno, escludere evidenti flessioni. Si prospettano, infatti, elementi di criticità determinati dalla contrazione dell'offerta globale, soprattutto in alcuni paesi del Nord Africa che sono anche grandi consumatori, ma anche del Nord America dove il clima particolarmente secco sta destando molte preoccupazioni.

Per il grano tenero, di cui l'Italia è strutturalmente deficitaria (l'import copre il 60% del nostro fabbisogno) lo scarso livello qualitativo che si prefigura per i raccolti nazionali potrebbe determinare

una spinta aggiuntiva all'import, esponendo maggiormente l'Italia alle possibili turbolenze sui mercati internazionali. Facendo unicamente riferimento alle dinamiche dei fondamentali attualmente prospettate, il calo dei raccolti mondiali, il lieve incremento della domanda e la flessione attesa delle scorte per 2024, rappresentano di certo degli elementi di criticità, ma non sembrerebbero di entità tale da giustificare, da soli, variazioni significative dei prezzi.

I fattori determinanti a partire dal 2023 per definire lo scenario di mercato mondiale delle commodity (il trend per frumento, mais e soia) sono diversi:

- **AUMENTO DEI COSTI:** Gli alti prezzi di fertilizzanti e dei prodotti energetici costituiscono un limite alla ripresa produttiva;
- **LOGISTICA:** la situazione nel Mar Nero e nel Mare d'Azov costituiscono un limite rilevante al funzionamento delle filiere oltre che contribuire all'aumento dei costi;
- **STOCK:** Gli stock (in termini di giorni di consumo) mostrano tutti un cedimento, in qualche caso addirittura più ampio rispetto alle fasi storiche più critiche dei mercati. In media, il 65% degli stock di mais, il 50% di tenero e il 55% di soia sono allocati in Cina che non è un paese esportatore. Di fatto, si tratta di quantità da non considerarsi nella disponibilità del mercato mondiale;
- **CLIMA:** Il clima è stato determinante per i risultati della campagna della soia e del frumento duro; rischia di esserlo anche per il prossimo raccolto per tenero e mais e lo sarà sempre più in futuro;
- **PRODUZIONE:** L'attuale contesto ha riportato in primo piano il ruolo della produzione agricola nel garantire la sicurezza alimentare della popolazione mondiale (food security). Bisognerà incrementare (crescita della domanda) e proteggere (risk-management) le produzioni mondiali nei prossimi anni, senza trascurare la sostenibilità. Sarà fondamentale riportare e mantenere in un intervallo di sicurezza gli stock;
- **FINANZA:** In un contesto di ampia disponibilità di liquidità e di forte esposizione sui mercati finanziari, le materie prime, anche agricole, sono spesso uno dei rifugi più immediati nelle situazioni di difficoltà;
- **CONSUMI:** L'atteso incremento della domanda mondiale nel medio-lungo periodo potrà ulteriormente impattare sugli stock: nell'ultimo biennio, la crescita della domanda cinese (ripristino stock e riorganizzazione settore suinicolo) ha di fatto influenzato il mercato;
- **TENSIONI GEOPOLITICHE:** La guerra russo-ucraina e le sue conseguenze, gli stop & go di molti paesi esportatori sono tutti elementi che tendono a esacerbare una situazione già complessa.

Obiettivi del progetto

Vista la situazione economica delineata il progetto ha un duplice obiettivo. Da un lato in continuità con quello precedentemente presentato, risponde alle finalità espresse dal bando della Regione Emilia-Romagna, che attua quanto previsto dall'Art.6 della legge regionale n. 21 del 2017 "Norme in materia di produzione e vendita del pane e dei prodotti da forno e per la loro valorizzazione", con l'obiettivo **di promozione e valorizzazione del pane fresco e dei prodotti da forno artigianali e di informazione e tutela del consumatore.**

Dall'altro il progetto non può prescindere dall'attuale scenario economico che ci pone davanti ad un aumento dei prezzi dell'energia, delle materie prime, che anche le imprese del settore della panificazione e dei prodotti da forno continuano ad affrontare. Un ulteriore obiettivo quindi è quello **di approfondire con le imprese beneficiarie del progetto, le strategie funzionali da attivare per incrementare la qualità del loro prodotto, per affrontare l'incremento del costo delle materie prime, per favorire l'innovazione e la sostenibilità.**

Gli obiettivi specifici di progetto sono dunque quelli di:

- **Valorizzare il produttore artigianale del pane fresco** e dei prodotti da forno;
- **Promuovere la cultura del consumo del pane fresco** e dei prodotti da forno e evidenziare il suo valore nutritivo;
- **Educare al consumo consapevole del pane fresco** e dei prodotti da forno;
- Progettare e realizzare un **appuntamento annuale per la valorizzazione del pane fresco e dei prodotti da forno;**
- **sensibilizzare le imprese su temi legati ad innovazione e sostenibilità**, perché possano essere preparate ad affrontare gli scenari di mercato e mettere in campo strategie innovative.

La promozione e valorizzazione del consumo consapevole del pane fresco e dei prodotti da forno artigianali tra i cittadini dell'Emilia Romagna, specialmente tra bambini e giovani e famiglie, verrà realizzata dal sistema CNA Emilia-Romagna, a partire dalla **"Giornata del pane" prevista per il 16 ottobre 2024.**

Per consumo consapevole intendiamo non solo avere conoscenza di cosa significa degustare il pane fresco e i prodotti da forno, ma anche e soprattutto avere esperienza della maestria della manifattura artigiana, che pervade la produzione del nostro territorio nel settore della panificazione e del dolciario. Da qui la cultura panaria regionale, con le sue tradizioni, le sue caratteristiche e le sue qualità uniche.

Trasversalmente agli obiettivi, il nostro impegno di associazione sarà quello di coinvolgere, nella

sommatoria di tutte le iniziative previste, **almeno 50 imprese artigiane di panificazione del territorio regionale**, i cui codici Ateco siano compresi in quelli dichiarati nel bando.

Gli obiettivi di progetto saranno raggiunti attraverso la realizzazione di **3 azioni**:

- La realizzazione di **una campagna promozionale e l'aggiornamento, la sistematizzazione e la diffusione di materiali divulgativo/culturali**, partendo da quelli già realizzati nei precedenti progetti "Ti voglio pane", in cui verrà evidenziata la maestria della produzione artigianale del pane fresco e le sue caratteristiche produttive legate al territorio e alla sua cultura;
- Il lancio e la realizzazione di **iniziative territoriali di valorizzazione del pane fresco e dei prodotti da forno**, con il coinvolgimento delle imprese artigiane di pane fresco artigianale e di prodotti da forno e delle scuole del territorio;
- **La diffusione nelle scuole**, attraverso l'organizzazione di **"lezioni/dimostrazioni"** sulla produzione del pane fresco presso gli **istituti scolastici** che aderiranno al progetto, **degustazione** nei forni, coinvolgimento nelle iniziative territoriali; la diffusione e promozione dei temi di progetto attraverso materiali tematici e video; corsi di **panificazione a scuola** e contest sul tema del pane fresco; **attività didattiche** specifiche con materiali dedicati.

Trasversalmente verrà realizzata **una iniziativa conclusiva di progetto**, che comprenderà:

- **un seminario** che metta in **relazione il mondo della ricerca, imprese e rappresentanza** con un focus da un lato sull'analisi degli scenari di mercato relativi al settore (aumento dei prezzi dell'energia, costo materie prime, export), sulle strategie di innovazione del sistema cerealicolo, dall'altro sulle azioni delle istituzioni e del mondo della rappresentanza per lo sviluppo delle imprese;
- **una iniziativa seminariale**: sulle **prospettive del sistema cerealicolo**, con approfondimento sulle strategie che l'impresa può attuare per incrementare la qualità del prodotto, l'innovazione e la sostenibilità, con la collaborazione di CREA Centro di Ricerca per la Cerealicoltura e le Colture Industriali;

In logica di ottimizzazione delle iniziative, CNA Emilia-Romagna ricercherà una sinergia con le altre associazioni che presenteranno progetti sul pane fresco a valere sul presente bando.

Rispetto ai destinatari del progetto, come previsto da bando, sarà possibile coinvolgere nelle singole azioni, tutte le imprese beneficiarie individuate tramite codice ateco e quindi comprendenti i codici indicati a bando (ateco 10.71, 10.72, 10.73) e iscritte all'albo delle imprese artigiane.

Le diverse iniziative inserite nel progetto potranno essere realizzate in presenza, con la possibilità della partecipazione on line, per permettere la massima diffusione dei temi.

Rispetto al titolo del progetto specifichiamo che, in caso di approvazione, sarà riportato su tutti i documenti progettuali. In tutti i documenti di progetto oltre al titolo, verranno utilizzati il claim “Ti voglio Pane” e l'immagine evocativa dell'amore per il pane, già messi a punto nelle scorse edizioni, per garantire la continuità con le azioni degli scorsi anni.

4. DESCRIZIONE DETTAGLIATA DEL PROGETTO

AZIONE 1 – Campagna di promozione, aggiornamento sistematizzazione e diffusione di materiale divulgativo/culturale

Verrà realizzata una **campagna promozionale**, attraverso **l'aggiornamento e la sistematizzazione dei materiali divulgativo/culturali**, realizzati nel progetto “Ti voglio pane 2023”. Questa delinea un nuovo messaggio che è risultato di impatto e molto efficace e che verrà ripreso, ponendo un focus su temi quali la maestria della produzione artigianale del pane fresco, le caratteristiche produttive legate alla cultura del territorio, il tipo di lavorazione, il legame con la tradizione, le caratteristiche nutrizionali.

La definizione della campagna promozionale e dei materiali terrà conto dei seguenti aspetti:

1. Il valore culturale, tradizionale e innovativo del pane e le tradizioni panarie del nostro territorio;
2. L'aspetto della produzione del pane, con particolare riferimento al pane fresco e quindi il processo manifatturiero di produzione artigianale;
3. Le qualità nutrizionali del pane, i suoi benefici nell'alimentazione.

Verrà mantenuto come base il layout grafico del progetto precedente e il claim di progetto “**Ti voglio pane**”, per sottolineare la continuità con le attività già realizzate, per dare riconoscibilità al progetto, rinnovando comunque la veste grafica ed i contenuti.

Verranno aggiornati la pagina Facebook ed i canali social di CNA Emilia-Romagna e delle CNA territoriali, che daranno ampia diffusione delle azioni.

Il lancio della campagna promozionale sarà realizzato in concomitanza con la “Giornata del pane e dei prodotti da forno” prevista per il 16 Ottobre 2024, attraverso i canali social delle organizzazioni coinvolte o anche attraverso conferenze stampa, azioni di promozione sui canali mediatici, coinvolgendo le imprese, le organizzazioni, il sistema scolastico, istituzionale associativo, la cittadinanza.

Verrà avviata un'azione di sensibilizzazione verso tutti panificatori associati a CNA, per informarli che a partire dalla giornata mondiale del pane del 16 ottobre, potranno esporre nel proprio forno il volantino promozionale, facendosi promotori attivi del progetto e della campagna di sensibilizzazione “**Ti Voglio Pane 2024**”.

Gli obiettivi e i temi del progetto saranno diffusi, attraverso il materiale promozionale, anche nell'ambito delle iniziative territoriali, delle iniziative con le scuole e delle iniziative seminariali

previste.

Nell'ambito delle iniziative territoriali potranno essere realizzate campagne promozionali mirate, in particolare reel all'interno dei forni, con la presenza di influencer: i video, pubblicati sui social, sulla pagina facebook e su Instagram, forniranno un'ulteriore diffusione del progetto e consentiranno il raggiungimento di diversi target.

In ogni passaggio mediatico saranno sempre coinvolti imprenditori del settore, con l'obiettivo di dare visibilità, ma anche maggiore rilevanza diretta, alle produzioni manifatturiere artigianali del territorio.

In termini di output il progetto si concretizzerà in:

- Ideazione e realizzazione dei materiali della campagna promozionale;
- 16 Ottobre 2024 "Giornata del pane": lancio della campagna di promozione, sui social, canali mediatici, comunicati stampa; diffusione delle imprese nei forni dei materiali di progetto;
- Creazione ad hoc di un kit marketing da utilizzare nelle iniziative territoriali e di materiale promozionale per l'iniziativa regionale;
- invio di materiali di promozione, alle imprese che garantiranno una massima diffusione nel territorio;
- Messa a disposizione dei materiali e dei video realizzati nelle edizioni precedenti del progetto "Ti voglio pane" e pubblicati sulla pagina Facebook, a tutti i soggetti coinvolti, in particolare associazioni e imprese, i cittadini, le istituzioni;
- messa a disposizione dei materiali promozionali e dei video di progetto alle scuole del territorio, attraverso il contatto con i dirigenti scolastici;
- Implementazione e aggiornamento della pagina Facebook di progetto <https://www.facebook.com/tivogliopane> e dei canali social;
- Promozione del progetto all'interno delle iniziative seminariali.

AZIONE 2 - Iniziative territoriali e iniziative seminariali di valorizzazione del pane fresco e dei prodotti da forno

Fondamentale nel progetto è il coinvolgimento dei produttori artigianali di pane fresco e di prodotti da forno e di tutte le categorie beneficiarie previste dal bando per codice ateco, per questa ragione saranno lanciate diverse iniziative, a partire dalla giornata del pane prevista per il 16 ottobre 2024, che si articoleranno su due livelli.

Il primo livello - iniziative territoriali - consisterà nell'organizzazione a livello territoriale di eventi/iniziative per la valorizzazione del pane fresco e dei prodotti da forno, a partire dal 16 ottobre 2024 "Giornata del Pane" e a seguire per tutto il mese di ottobre fino a metà dicembre.

Le CNA del territorio, progettando gli eventi con CNA Emilia-Romagna, coinvolgeranno le imprese

aderenti, proponendo loro diverse iniziative, ideate con una caratterizzazione territoriale, che potranno prevedere il coinvolgimento delle scuole, delle istituzioni locali, delle associazioni, degli enti che sono interessati alla valorizzazione del pane e dei prodotti da forno, della cittadinanza. Le iniziative territoriali potranno essere a titolo esemplificativo, quelle riportate di seguito.

- a) **Iniziative territoriali di promozione all'interno di manifestazioni/eventi** (come sagre, fiere, manifestazioni tradizionali del territorio, eventi tematici, iniziative, convegni), con ampio afflusso di pubblico e con la possibilità del coinvolgimento diretto delle imprese e la partecipazione delle scuole. Durante la manifestazione si potranno prevedere degustazioni per la cittadinanza di pane fresco e promozione del progetto, visite delle scuole, proiezione dei video di progetto, "lezioni/dimostrazioni" sulla produzione del pane fresco da parte delle imprese di panificazione coinvolte, seminari tematici, ecc.
- b) **Degustazioni a libera interpretazione:** i panifici interessati potranno realizzare una degustazione a libera interpretazione, che segua il tema di progetto esponendo i materiali di promozione. Le imprese garantiranno una massima diffusione nel territorio della giornata del pane e dei temi di progetto.
- c) **Realizzazione di convegni, seminari, incontri divulgativi (anche trasversali a diversi territori).**
- d) **Realizzazione di contest/premiazione sul pane:** potranno essere organizzate gare di degustazione tra panificatori, che dovranno realizzare un'opera panaria, ispirata appunto al pane fresco e al claim di progetto "Ti voglio pane"; potranno essere organizzate presentazioni delle diverse tipologie di pane tipiche dei forni, con premiazione finale secondo criteri di innovazione, sostenibilità, qualità;
- e) **Realizzazione di iniziative dimostrative** che seguano il tema del contest (ad esempio presso alcuni laboratori).
- f) **Realizzazione di corsi sull'"arte del panificatore"** all'interno di manifestazioni o eventi, per far conoscere la maestria del mestiere artigiano e per promuovere il passaggio generazionale;
- g) **Altre tipologie di iniziative da definire con le associazioni territoriali.**

Le associazioni territoriali e le imprese verranno fornite di un kit di marketing (manifesti, locandine, logo, etichette), con cui effettuare la promozione: verrà utilizzato il claim "Ti voglio Pane" e l'immagine evocativa dell'amore per il pane: questo potrà dare una continuità e una riconoscibilità del tema proposto. Il format comunicativo accompagnerà trasversalmente tutto il progetto, in particolare i molti "momenti" di diffusione.

Saranno invitate le scuole locali a partecipare agli eventi territoriali, interessate al tema, in modo da dare effettività alla diffusione dei materiali previsti nell'azione 1. Oltre alla sensibilizzazione diretta dei ragazzi delle classi, verrà chiesto al dirigente scolastico di diffondere il tema di progetto

anche verso le famiglie.

Sarà animata una pagina Facebook di progetto in cui verranno pubblicate in itinere iniziative territoriali, con la diffusione di foto/video realizzate durante gli eventi. Nell'ambito delle iniziative territoriali potranno essere realizzate campagne promozionali mirate, in particolare reel all'interno dei forni.

Per realizzare l'attività si utilizzeranno le competenze sia degli Uffici Stampa e Marketing delle Associazioni, sia competenze specialistiche esterne di marketing, grafica e social media marketing. Allo stesso modo si provvederà a coinvolgere le imprese nelle iniziative attraverso le Associazioni che trasmetteranno loro adeguatamente gli obiettivi del progetto.

Si chiederà il coinvolgimento delle Istituzioni partner di progetto, come anche un'adesione forte dei gruppi imprenditoriali di riferimento per potere sviluppare il passa parola sull'iniziativa.

Verranno coinvolti anche i centri di ricerca, le università citati in premessa, con cui le CNA Territoriali collaborano abitualmente su temi di ricerca e innovazione sull'agroalimentare.

Il **secondo livello** riguarderà l'**organizzazione dell' evento conclusivo di progetto**, trasversale a tutti i territori coinvolti, **con l'obiettivo di valorizzare la cultura del pane fresco e dei prodotti da forno e di diffondere temi innovativi utili per lo sviluppo del settore.**

In particolare abbiamo l'evento conclusivo potrà comprendere diverse attività quali :

- **una iniziativa seminariale**: potranno essere affrontati **temi legati al mondo della ricerca**, quali le strategie che l'impresa può attuare per incrementare la qualità del prodotto, l'innovazione e sostenibilità del processo produttivo, le possibili soluzioni innovative e tecnologiche legate alla produzione di pane e di prodotti da forno, le nuove frontiere per la produzione del pane, il pane salutistico, il miglioramento genetico di specie cerealicole e industriali, la conservazione, esplorazione e valorizzazione della biodiversità, alimenti tipici e innovativi ad elevata valenza nutrizionale. Il seminario verrà organizzato in collaborazione con **CREA Centro di Ricerca per la Cerealicoltura e le Colture Industriali**.
- **un seminario conclusivo**: analogo a quello che abbiamo attivato nelle edizioni precedenti ("La Filiera Grano-pane tra scienza e rappresentanza: dallo scenario di mercato alle nuove frontiere della ricerca" gennaio 2024 al SIGEP), **coinvolgendo ISMEA**, oltre che CNA Nazionale Agroalimentare, il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, la Regione Emilia-Romagna, CREA. L'iniziativa sarà rivolta in modo particolare alle imprese, con un **focus da un lato sul mondo della ricerca** e in particolare sull'analisi degli scenari di mercato relativi al settore e sull'innovazione del sistema cerealicolo, dall'altro alle strategie messe a punto **dalla Istituzioni e dal mondo della rappresentanza** per la crescita.

L'iniziativa conclusiva di progetto e l'iniziativa seminariale, potranno essere organizzate, con l'approvazione della Regione, a Gennaio 2025 presso il SIGEP (Rimini), per permettere una diffusione più ampia dei temi di progetto. SIGEP da oltre 40 anni, è il punto di riferimento per le innovazioni del settore e fornisce una panoramica completa di tutte le novità del mercato. SIGEP è anche il punto di incontro per lo scambio di idee, tendenze e visioni nazionali ed internazionali. CNA avrà a disposizione un'arena e uno stand in cui far convergere imprese e istituzioni di tutta l'Emilia Romagna e non solo.

Il lancio dell'iniziativa conclusiva di progetto sarà preceduto da iniziative di promozione/comunicati stampa e sarà previsto un momento istituzionale con la presenza della Regione Emilia-Romagna.

Verranno invitate le scuole che avranno aderito all'Azione 3 del progetto. I seminari verranno promossi a livello territoriale verso le imprese di panificazione, le istituzioni, le altre organizzazioni che hanno presentato sul presente bando.

L'iniziativa avrà un'elevata copertura mediatica, social e le immagini che saranno tratte dalla giornata verranno successivamente utilizzate per la promozione della cultura panaria presso la cittadinanza e nelle scuole e per eventi di pubblicizzazione della cultura del pane fresco.

In termini di output il progetto, l'azione 2 si concretizzerà in:

- Realizzazione iniziative territoriali a partire dalla giornata del pane dall'inizio del progetto fino a metà dicembre 2024;
- Coinvolgimento delle scuole e delle imprese, nella partecipazione alle iniziative territoriali;
- Implementazione della pagina Facebook/sito di progetto dove saranno raccolte e postate tutte le immagini, i video e le interviste, gli articoli correlati alla realizzazione dell'azione, il materiale promozionale;
- Realizzazione della iniziativa conclusiva di progetto, con il coinvolgimento delle aziende e delle scuole, di centri di ricerca, delle istituzioni locali e regionali e delle altre organizzazioni.

AZIONE 3 - Diffusione nelle scuole

Tramite le organizzazioni territoriali, a partire da Settembre 2024, saranno contattati gli istituti scolastici del territorio potenzialmente interessati al tema del progetto, in modo da dare effettività alla diffusione dei materiali previsti nell'azione 1.

Nei diversi territori saranno individuati gli artigiani dei forni, che si renderanno disponibili a diffondere nelle scuole i temi della cultura del pane fresco e dei prodotti da forno.

Gli istituti scolastici potranno essere coinvolti con diverse modalità, ad esempio:

1. saranno invitati a partecipare agli **eventi territoriali** ed a visitare i forni, dove le classi e gli alunni potranno degustare il pane fresco, essere coinvolti sui temi di progetto, partecipare a “lezioni/dimostrazioni”;
2. con il supporto degli artigiani panificatori selezionati dalle organizzazioni territoriali i ragazzi delle scuole potranno partecipare a **“lezioni/dimostrazioni”** sulla produzione del pane fresco o a veri e propri **corsi di panificazione a scuola**; queste attività sono da considerarsi orientative e potranno avvicinare i ragazzi al mestiere della panificazione, in coerenza con le competenze richieste e le opportunità offerte dal mercato;
3. potranno aderire ad **attività didattiche** mirate in classe e programmare uscite tematiche sui temi di progetto, con la messa a disposizione delle insegnanti di materiali realizzati ad hoc sul tema di progetto;

Per realizzare le attività elencate verranno diffusi nelle scuole e messi a disposizione i materiali promozionali/divulgativi e i due video sui temi di progetto.

Le scuole del territorio, in particolare quelle aderenti alle attività di progetto, verranno invitate a partecipare **alle iniziative seminariali e agli eventi territoriali**.

Con il supporto degli artigiani panificatori selezionati dalle organizzazioni territoriali, si potranno organizzare, negli istituti scolastici che aderiranno, **“lezioni/dimostrazioni” sulla produzione del pane** fresco o viceversa le scuole potranno visitare i forni. Gli artigiani panificatori mostreranno ai ragazzi come si impasta il pane, descriveranno la lievitazione e la cottura, commenteranno con i bambini, le insegnanti e il dirigente scolastico i video sul pane, offriranno una degustazione del pane fresco e dei prodotti d forno, potranno mostrare il proprio forno, i macchinari, le tecniche di lavorazione. I forni potranno preparare per le classi una degustazione di pane fresco e di prodotti da forno artigianali. Per la realizzazione dell’iniziativa saranno coinvolti oltre ai dirigenti scolastici, le amministrazioni comunali e gli assessorati delle politiche educative dei territori. Potranno essere realizzati **corsi sulla cosiddetta “arte bianca”** realizzati a scuola dai Panificatori, con lezioni teoriche e pratiche sul pane, sulle tecniche di panificazione, sugli abbinamenti ed il racconto del prodotto, per valorizzare il pane fresco artigianale e le produzioni tipiche dei nostri territori. I panificatori insegneranno ai ragazzi a produrre pane di qualità.

Potranno essere proposte inoltre uscite **didattiche e attività laboratoriali a tema**, che verranno definite nel corso del progetto con le scuole primarie, proponendo un percorso esperienziale e conoscitivo della filiera dal grano al pane, attraverso un vero progetto di educazione alimentare e

di sviluppo sostenibile.

Oltre alla sensibilizzazione diretta dei ragazzi delle classi coinvolte, tramite il dirigente scolastico il tema di progetto verrà diffuso anche nelle famiglie dei bambini.

Nelle scuole potranno essere invitate le istituzioni locali, che potranno partecipare attivamente alla lezione aperta del maestro panificatore e daranno un contributo importante all'iniziativa, parlando ai ragazzi dell'importanza del pane fresco nella nostra cultura regionale e locale.

Per realizzare l'attività si utilizzeranno le competenze sia degli Uffici Stampa e Marketing delle Associazioni, sia competenze specialistiche esterne di marketing, grafica e social media marketing. Allo stesso modo per il reclutamento delle scuole e delle imprese si utilizzeranno le competenze delle Associazioni coinvolte che trasmetteranno adeguatamente gli obiettivi del progetto sia alle scuole, sia agli imprenditori.

In termini di output il progetto si concretizzerà in:

- Selezione ed Elenco delle scuole aderenti;
- coinvolgimento delle imprese del territorio;
- Contatto e diffusione nelle scuole selezionate del video e dei materiali divulgativi;
- Individuazione nei diversi territori degli artigiani e dei forni che presenteranno i materiali divulgativi nelle scuole e che faranno una "lezione/ dimostrazione" sul pane fresco o corsi di panificazione a scuola;
- Uscite didattiche e attività laboratoriali tematiche, con il supporto di esperti;
- Partecipazione delle scuole alle iniziative territoriali e seminariali previste nell'azione 2.

5. MODALITA' E METODOLOGIA DELLA REALIZZAZIONE E AZIONI PREVISTE

Il valore aggiunto del progetto, oltre alla realizzazione delle azioni e dei contenuti proposti è quello di coinvolgere diverse associazioni di livello regionale e territoriali (trasversalmente ai 10 territori provinciali), che proporranno un progetto comune sui temi banditi. Allo stesso modo, saranno coinvolte in tutte le azioni di progetto le istituzioni regionali promotrici, ma anche tutti gli enti sia regionali che territoriali che abbiano finalità promozionali attinenti allo scopo del progetto e che possano garantirne la massima diffusione. Inoltre, in ottica di avvicinamento del mondo dell'impresa al mondo della scuola, riteniamo di alto valore aggiunto la collaborazione e il coinvolgimento degli assessorati territoriali e degli istituti scolastici. Inoltre il progetto prevede il coinvolgimento degli enti di ricerca e delle Università e delle Istituzioni , che daranno un grande valore aggiunto alle iniziative, con l'avvicinamento e la sinergia tra mondo della ricerca, imprese e Istituzioni.

Per realizzare il progetto sarà istituito un **coordinamento operativo di progetto** che prevedrà la presenza sia degli imprenditori presidenti delle associazioni di riferimento, sia dei funzionari e di

competenze tecniche interne e esterne coinvolte nel progetto.

Per garantire la massima diffusione territoriale delle iniziative, le Associazioni regionali partner coinvolgeranno le Associazioni Territoriali che sono presenti sul territorio in maniera capillare e pertanto sono maggiormente efficaci nella relazione diretta con le imprese, le istituzioni e la cittadinanza.

Sarà garantita a livello regionale una segreteria di progetto che garantirà informazioni e l'utilizzo di una metodologia comune di lavoro (es: stesse modalità di comunicazione e promozione, preparazione dei materiali comuni, ecc.).

Il coordinamento operativo di progetto garantirà inoltre il monitoraggio e la valutazione dei risultati raggiunti, per allineare gli output effettivi rispetto a quelli dichiarati ma anche per sviluppare tempestivamente proposte di miglioramento continuo progetto presentato.

6. TEMPI DI REALIZZAZIONE (avvio previsto per mese di settembre 2024)

Azioni	Titolo azione e sotto azioni	Mese 1	Mese 2	Mese 3	Mese 4
1	Campagna promozionale e sistematizzazione/diffusione materiale divulgativo	X	X	X	X
	Aggiornamento e realizzazione della compagna promozionale	X	X		
	Lancio del progetto e diffusione mediatica sui social/pagina Facebook, comunicati stampa (a partire dal 16 ottobre 2024)		X	X	X
	Invio dei materiali di promozione alle imprese		X	X	
	Invio dei materiali di promozione/divulgativi alle scuole		X	X	
	Diffusione dei materiali nelle iniziative territoriali		X	X	X
	Realizzazione di materiali promozionali in itinere, implementazione della pagina Fb, diffusione nei social		X	x	x
	diffusione nelle iniziative seminariali		X	X	X
2	Iniziative territoriali e iniziative seminariali intermedie e finale	X	X	X	X
	Reclutamento imprese e coinvolgimento delle scuole	X	X	X	
	Realizzazione delle iniziative territoriali		X	X	X
	Pubblicazione dei materiali nella pagina Facebook di progetto		X	X	X
	Iniziativa seminariale e iniziativa conclusiva di progetto (possibile a gennaio 2025 al SIGEP con autorizzazione alla proroga)		X	X	X

Azioni	Titolo azione e sotto azioni	Mese 1	Mese 2	Mese 3	Mese 4
3	Diffusione nelle scuole	X	X	X	X
	Reclutamento scuole aderenti	X	X		
	Reclutamento delle imprese	X	X		
	Diffusione dei materiali promozionali nelle scuole selezionate	X	X	X	
	Lezioni e dimostrazioni sul pane ; degustazioni dimostrazioni nelle scuole.		X	X	X
	Attività didattiche e uscite sui temi di progetto		X	X	X
	Partecipazione delle scuole agli eventi territoriali, alle iniziative seminariali territoriali e all'iniziativa regionale		X	X	X

7. RISULTATI ATTESI

In termini di risultati attesi, si prevede di:

- Coinvolgere un elevato numero di imprese artigiane, trasversalmente al territorio, nel progetto perché possano essere testimonianza e divulgazione attiva in prima persona del grande valore della produzione artigianale e manifatturiera del pane e dei prodotti da forno delle produzioni artigianali;
- Aumentare la consapevolezza delle imprese per veicolare il giusto messaggio nutrizionale e tradizionale al consumatore sull'attività artigiana e sulla produzione di pane e dei prodotti da forno;
- Aumentare nei confronti della cittadinanza la cultura manifatturiera delle produzioni artigianali del pane fresco e dei prodotti da forno;
- Dare risalto agli aspetti culturali e tradizionali territoriali legati alla cultura del pane fresco e dei prodotti da forno, tenuto conto delle tradizioni panarie e da forno dei singoli territori e delle numerose produzioni doc e IGP del territorio regionale;
- Attraverso le iniziative territoriali e regionale, sperimentare un appuntamento annuale conclusivo di progetto attorno al tema della panificazione e dei prodotti da forno, per mettere in relazione il mondo della rappresentanza, il mondo della Ricerca, le Istituzioni, le imprese e le scuole; avvicinare il mondo della ricerca, delle imprese e della rappresentanza.
- Promuovere, attraverso le scuole, la cultura del consumo consapevole del pane e dei prodotti da forno e della appetibilità dei lavori artigianali tradizionali con l'obiettivo di

inserire questi contenuti nel programma didattico scolastico;

- Promuovere la collaborazione tra scuole e imprese, per la diffusione del saper fare artigiano e della cultura del pane fresco e dei prodotti da forno;
- Coinvolgere i centri di ricerca e le università del territorio, le istituzioni e gli assessorati territoriali di riferimento;
- Sensibilizzare ed attivare le imprese beneficiarie del progetto, le istituzioni, i cittadini, le scuole su temi innovativi e strategici per il settore, come la qualità del loro prodotto, l'innovazione e la sostenibilità, gli scenari di mercato, il consumo di energia ed i relativi costi, le strategie di innovazione dei sistemi cerealicoli.

8. MODALITA' DI DIFFUSIONE E PUBBLICIZZAZIONE DEI RISULTATI

Tutti i risultati intermedi e definitivi del progetto, saranno contestualizzati in una apposita **campagna di comunicazione** esterna condivisa nell'ambito del comitato di progetto e diffusa anche sui social.

Il reclutamento delle imprese sarà garantito tramite le associazioni territoriali utilizzando materiali appositamente studiati e convergeranno presso la struttura regionale.

Le istituzioni saranno coinvolte in ogni passaggio mediatico e sarà richiesta la partecipazione di funzionari dedicati nelle diverse azioni di progetto, ma anche per quanto riguarda la comunicazione esterna.

Sarà allo studio la possibilità di implementare anche durante l'anno la pagina Facebook di progetto.

9. DESCRIZIONE DEI COSTI PREVISTI

VOCE DI SPESA	COSTO PREVISTO	DESCRIZIONE
A) Costi legati all'organizzazione di eventi	18.700,00 €	Costi legati all'organizzazione e realizzazione degli eventi territoriali e delle azioni con le scuole; Costi legati all'organizzazione e realizzazione delle iniziative seminariali
B) produzione di materiale divulgativo, promozionale e pubblicitario	200,00 €	Stampa/produzione di materiale di promozione e divulgazione;
C) Consulenze e/o acquisizioni servizi specialistici strettamente correlati al progetto	1.500,00 €	Esperti per realizzazione di materiali o contenuti ad hoc; esperti per l'evento conclusivo
D) Acquisto di spazi pubblicitari		
E) Spese generali connesse alla realizzazione del progetto (5% della somma di A+B+C+D)	1.020,00 €	Costi interni di coordinamento del progetto + spese generali sostenuti dal soggetto attuatore.
TOTALE (A+B+C+D+E)	21.420,00 €	

10.FONTI DI COPERTURA

FONTI (DESCRIZIONE)	IMPORTO
Contributo Regione Emilia-Romagna	17.136,00 €
Fondi propri a carico a carico di CNA Emilia-Romagna	4.284,00 €
TOTALE (iva inclusa)	21.420,00 €

Firma del Segretario con procura speciale del Legale rappresentante