

(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 maggio 2024

Oltre alle informazioni obbligatorie di seguito indicate, a discrezione di ciascun soggetto proponente, la relazione tecnica-illustrativa del progetto potrà essere ulteriormente integrata con tutti gli elementi e le informazioni ritenute utili per una migliore illustrazione e valutazione del progetto stesso.

1 TITOLO

Il pane fresco del tuo fornaio: Buon Gusto quotidiano.

2 SOGGETTI ATTUATORI

CONFARTIGIANATO IMPRESE EMILIA-ROMAGNA

Confartigianato Imprese è un'organizzazione di rappresentanza che risponde agli interessi e ai bisogni dell'artigianato e delle piccole e medie imprese. Da quasi ottant'anni l'attività di Confartigianato Imprese è finalizzata a rappresentare, promuovere e sviluppare le caratteristiche di genialità, passione, abilità, intraprendenza, spirito di sacrificio e senso civico insite nei mestieri artigiani, nonché i valori dell'impresa, del lavoro, della libertà economica e della coesione sociale. Confartigianato Imprese Emilia-Romagna, la Federazione che comprende al suo interno le nove Associazioni Territoriali ubicate in tutte le province della regione, è un'organizzazione autonoma e apartitica, fondata sul principio della libera adesione e aperta a tutte le componenti settoriali e culturali dell'artigianato e delle piccole imprese. La sua natura è da sempre sintetizzabile nel concetto di *sindacato d'impresa*, con una capillarità e una diffusione che la porta ad essere la più rappresentativa organizzazione italiana dell'artigianato e della micro e piccola impresa, garantisce ai suoi associati risposte appropriate alle loro esigenze grazie a una continua azione politico-sindacale e a una efficace rete di servizi.

In questo progetto Confartigianato Imprese Emilia-Romagna si avvarrà della collaborazione delle sue articolazioni territoriali e, nello specifico, di Confartigianato Imprese Rimini, Confartigianato Lapam di Modena e Reggio Emilia, Confartigianato Imprese Bologna Metropolitana, Confartigianato Forlì, Confartigianato Federimpresa Cesena, Confartigianato Associazione Provinciale di Ravenna e Confartigianato Ferrara.



3 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Attraverso questo progetto ci si propone di promuovere tra la cittadinanza – e in particolare tra le fasce più giovani d'età (bambini e adolescenti) - la consapevolezza del valore del pane e dei prodotti da forno artigianali sotto diversi punti di vista: nutrizionale e salutistico, della tradizione e del prodotto tipico locale e del valore intrinseco della produzione locale e artigianale.

Per riuscire in questo intento gli obiettivi che ci si pongono sono legati al sostegno alla produzione del pane e dei prodotti da forno artigianali e alla filiera di imprese che contribuiscono alla realizzazione di tali specialità, attraverso la spiegazione e la diffusione presso la cittadinanza degli elementi che contraddistinguono il prodotto artigianale da quello industriale.

Nel contesto dell'aumento dell'inflazione e il conseguente aumento generale dei prezzi, soprattutto delle materie prime, la categoria dei panificatori si sta trovando ad affrontare e gestire l'aumento del prezzo del grano e dell'energia e il conseguente aumento del prezzo del pane. Pertanto quest'anno, ancora di più rispetto alle edizioni precedenti, uno degli obiettivi cardine del progetto sarà non solo la valorizzazione del pane artigianale ma anche stimolare e incentivare i panificatori ad attivare processi produttivi sostenibili cercando di cogliere le opportunità che nascono da tale situazione congiunturale.

In termini di marketing si cercherà, come ogni anno, di svolgere un'operazione di cosiddetto trading up, ovvero "elevare" il prodotto in termini di posizionamento cognitivo nella mente del consumatore facendo leva su elementi distintivi riconducibili sia alla qualità intrinseca del prodotto (richiamando aspetti nutrizionali e biologici) sia sul richiamo emozionale che evoca alle persone (ossia raccontare la storia e richiamare l'antichità e la tradizione, valorizzare l'espressione del lavoro vero e manuale degli artigiani locali).

IL SETTORE DELLA PANIFICAZIONE IN EMILIA-ROMAGNA

L'Osservatorio MPI di Confartigianato Emilia-Romagna ogni anno elabora le evidenze sulle imprese che producono prodotti da forno e farinacei in Emilia-Romagna. Dall'osservazione di quest'anno deriva che al 31 marzo del 2024 le imprese attive del territorio emiliano-romagnolo che producono prodotti da forno e farinacei (corrispondente al gruppo Ateco 10.7, che comprende la produzione di pane, pasticceria e pasta) sono 2.296, di cui l'84%, pari a 1.928 unità, sono artigiane.

Prosegue il calo dei forni: rispetto al periodo pre Covid-19 si contano 186 imprese artigiane in meno, pari ad un calo dell'8,8%, più accentuato rispetto al -6,3% del totale imprese del settore. A livello provinciale si rilevano riduzioni sui 5 anni in tutte le province eccetto Rimini, che cresce in controtendenza di 5 unità.

Nell'ultimo anno si sono perse 60 imprese artigiane, pari al -3,0% (è il -2,5% per le imprese totali del settore), con cali più accentuati a Modena e Forlì-Cesena (-12 forni artigianali in ciascun territorio), Ferrara (-11 forni artigianali) e Reggio Emilia (-10 forni artigianali).

Imprese che producono prodotti da forno e farinacei nelle province dell'Emilia-Romagna

I trim. 2024 - variazione assoluta su I trim. 2019 e I trim. 2023 - imprese attive Ateco 2007 cod. 10.7

	Imprese totali I trim. 2024	Var. ass. su I trim. 2019	Var. ass. su I trim. 2023	ARTIGIANE I trim. 2024	Distr. %	Inc. % art. su tot.	Var. ass. su I trim. 2019	Var. ass. su I trim. 2023
PIACENZA	141	-5	3	120	6,2	85,1	-6	0
PARMA	194	-1	3	153	7,9	78,9	-18	0
REGGIO EMILIA	264	-19	-18	227	11,8	86,0	-14	-10
MODENA	405	-25	-8	334	17,3	82,5	-29	-12
BOLOGNA	450	-10	-5	381	19,8	84,7	-26	-9
FERRARA	219	-22	-7	186	9,6	84,9	-33	-11
RAVENNA	227	-34	-14	195	10,1	85,9	-35	-6
FORLÌ-CESENA	215	-34	-15	188	9,8	87,4	-30	-12
RIMINI	179	8	3	144	7,5	80,4	5	0
EMILIA ROMAGNA	2.296	-155	-58	1.928	100,0	84,0	-186	-60

* Il dato regionale può differire dalla somma delle province perché comprende anche quelle imprese il cui territorio risulta 'non definito'.

Elaborazione Osservatorio MPI Confartigianato Emilia-Romagna su dati CCIAA Marche su dati Infocamere

Oltre la metà dei panettieri e pastai artigiani difficili da reperire – In Emilia-Romagna delle 1.400 entrate previste dalle imprese nel 2023 per le professioni di Panettieri e pastai artigianali, 820 unità pari al 58,6%, risulta di difficile reperimento (quota superiore rispetto alla media nazionale del 54,9%).

Rispetto al periodo pre-pandemia (anno 2019) le imprese del settore prevedono di assumere più del doppio dei profili, pari a 780 posizioni in più (è il +21,4% per il totale entrate in regione), in crescita anche rispetto al 2022 del +1,4% (è il +4,2% il totale entrate 2023 su 2022).

La quota di figure del settore ritenuta difficile da reperire cresce di 20,2 punti percentuali nel 2023 rispetto al valore del 2022 (38,4%), in accelerazione rispetto all'aumento di difficoltà registrato per il totale entrate (+4,2 punti percentuali).

IL PROGETTO

Il progetto si muove su più direttrici, poiché gli obiettivi e le finalità che si propone di raggiungere sono diverse. In primo luogo vuole mantenere e valorizzare il pane e i prodotti da forno artigianali di alta qualità, distinguendo tali prodotti in base alla tradizione culinaria locale, facendo ciò si propone anche l'obiettivo di affrontare il complesso tema dell'alimentazione e delle nuove abitudini alimentari che modificano conseguentemente le domande di mercato. In questo contesto il progetto si propone di indirizzare la scelta del cittadino-consumatore verso un mercato legato all'artigianato e al prodotto di qualità.

In secondo luogo, con un tema strettamente legato a quello precedente, un obiettivo prefissato con la costruzione di questo progetto è quello che tratta della **sostenibilità della filiera, dalla produzione al consumo, dei prodotti da forno**. In questo campo sono nate nuove tecnologie importantissime che permettono di mantenere prodotti di elevata qualità ma con consumi per la produzione di molto inferiori, per non parlare degli imballaggi e del consumo di plastica all'interno del mercato dei prodotti da forno industriali rispetto a quanto accade per il packaging dei prodotti artigianali.

Un ultimo tema, su cui si è calcata la mano nel paragrafo precedente, è poi quello del reperimento di risorse umane e professionalità per portare avanti la tradizione artigiana legata alla panificazione. Anche in questo caso le attività legate al bando e inserite all'interno del progetto possono ritenersi utili a far comprendere ai più giovani le opportunità, la passione e l'utilità di impegnarsi in attività che hanno radici antiche ma che non smettono mai di innovarsi come sono i forni.

Gli elementi su cui verte la valorizzazione del pane e dei prodotti da forno artigianale, nonché la filiera stessa, vanno ad inserirsi proprio negli elementi di criticità del settore sopra evidenziati, e possono così essere sintetizzati:

- 1) **Il pane e i prodotti da forno artigianali elemento irrinunciabile della dieta quotidiana:** il pane fresco appena sfornato ha una genuinità ed un valore nutritivo fondamentale nella dieta quotidiana, soprattutto in abbinamento alla dieta mediterranea, che negli ultimi anni ha ottenuto riconoscimenti scientifici internazionali quale punto di riferimento per una vita lunga e salutare. La valorizzazione del pane e dei prodotti da forno poggerà dunque su un'attività **imperniata sulla riscoperta degli aspetti nutrizionali e biologici di inconfutabile valore**, sia sul versante della lavorazione che dell'impiego della materia prima.
- 2) **Il pane e i prodotti da forno artigianali espressione dell'enogastronomia locale e della produzione tipica:** in tempo di globalizzazione dove tutto diventa omogeneo e privo di un'identità autentica, inclusi i prodotti alimentari, diventa di fondamentale importanza esaltare **le tipicità dei sapori regionali e locali, il pane e non solo**, prodotti però nella maniera più tradizionale e genuina. Del resto, tutto il settore dell'enogastronomia e dei prodotti tipici sta vivendo una fase di grande riscoperta, grazie anche a riconoscimenti internazionali, all'attenzione delle famiglie per il consumo di prodotti di qualità, e a varie iniziative di valorizzazione anche su scala nazionale come l'istituzione dell'anno del cibo. Il pane e i prodotti artigianali, rispetto ad altri prodotti che possono utilizzare le denominazioni DOP e IGP come aceto balsamico, lambrusco, parmigiano reggiano ed altri prodotti alimentari, ha meno beneficiato di questo importante percorso di riconoscimento e riscoperta. Premesso che la valorizzazione di un prodotto tipico si basa non solo sulla qualità intrinseca (il "quanto è buono" è ovviamente correlato ad aspetti di commerciabilità e redditività), ma anche sul fatto che il prodotto stesso permette di raccontare ed esprimere la storia e la tradizione di un territorio, partecipando alla sua connotazione dello stesso in termini di marketing territoriale, contribuendo all'effetto "Made In". Il pane e i prodotti da forno artigianali hanno tutte le carte in regola per una valorizzazione in quest'ottica e si punterà sulla riscoperta della tradizione locale e delle tipicità delle lavorazioni.
- 3) **Il pane e i prodotti da forno artigianali quali espressione del vero lavoro artigiano locale:** terzo elemento mediante il quale si intende valorizzare il prodotto e la filiera, è quello della **cultura e della civiltà legate al pane e al mestiere del panificatore, esaltandone gli elementi identitari e l'abilità manuale**. Un mestiere che, specialmente nei confronti dei giovani potenzialmente interessati a percorrere questa professione, necessita di una nuova

narrazione. Il fornaio panificatore non deve essere (solo) visto come una persona che svolge attività di bassa manovalanza che lavora di notte e dorme di giorno. Questa visione della professione va ovviamente aggiornata: in *primis* perché sia gli orari di lavoro che i metodi di produzione sono cambiati, in secondo luogo perché l'artigiano del pane che oggi si vuole qualificare (per rimanere sul mercato) è il custode di un sapere e una tradizione gastronomica di grande valore, in quanto impiega un *know-how* specialistico (utilizzo delle farine, tempi e metodi di lavorazione e cottura, conservazione, impiego) e una creatività notevole (scelta e composizione del mix di prodotto).

- 4) **Il pane e i prodotti da forno quale importante componente dell'enogastronomia locale:** tramite il coinvolgimento di operatori della filiera, come in questo caso il settore della ristorazione, ampliare la gamma di "ambasciatori del gusto" della tradizione culinaria, i quali debbono sì valorizzare con turisti e clienti i piatti della tradizione, i vini e altri prodotti DOP e IGP del proprio territorio, ma senza dimenticare il pane e alcune specialità locali.
- 5) **I produttori di pane e di prodotti da forno più sensibili al tema della sostenibilità ambientale e dell'efficienza energetica:** per competere nel mercato è necessario coinvolgere, sensibilizzare e condividere tra le imprese le migliori pratiche nella riduzione dei costi energetici accompagnandole verso un percorso di consapevolezza e soluzioni per rimanere competitivi, cercando di porre l'attenzione anche alla tematica dello spreco alimentare aiutandoli a definire le misure necessarie per il conseguimento di uno sviluppo sostenibile sia per i consumatori che per le imprese del settore della panificazione.

4 DESCRIZIONE DETTAGLIATA DEL PROGETTO

Alla realizzazione del progetto concorreranno una serie azioni diverse per tipologia, sia di forma che di contenuto, contestualizzate all'interno della zona in cui queste sono realizzate. Ad accomunare le iniziative saranno gli obiettivi e le finalità condivisi da tutte le Associazioni, oltre a una parte degli strumenti grafici e multimediali utilizzati per dare massima riconoscibilità alle imprese aderenti al progetto.

Di seguito la descrizione delle attività previste per ciascuna associazione del territorio:

ASSAPORALAROMAGNA (FC, RA e RN) – Assaporalaromagna è un progetto seguito di concerto dalle Confartigianato della Romagna (Cesena, Forlì, Ravenna e Rimini) che ha l'obiettivo di valorizzare le eccellenze delle produzioni enogastronomiche e dell'artigianato artistico. Il progetto è stato attivato all'interno del Progetto biennale 2019 - 2020 Artigeniale e per avere continuità si è pensato di integrare il marchio Assaporalaromagna (che ormai conta oltre 200 aziende aderenti e di cui circa la metà sono costituite da imprese artigianali della panificazione e/o di produzione di prodotti da forno) con scopo

promozionale dei prodotti da forno e delle imprese artigiane di panificazione in concomitanza con la “Giornata del pane e dei prodotti da forno” prevista per il 16 ottobre 2024.

Gli ottimi risultati ottenuti in termini di promozione e visibilità hanno indotto le Confartigianato della Romagna (Cesena, Forlì, Ravenna e Rimini) a continuare ad utilizzare Assaporalaromagna come strumento di valorizzazione della Giornata del Pane e dei Prodotti da Forno attraverso il coinvolgimento dei fornai romagnoli associati a Confartigianato.

Le azioni programmate di promozione saranno distinte in:

1) **Campagna promozionale “preparatoria” e “di aspettativa”**, realizzata nei mesi precedenti alla Giornata del Pane (16 ottobre), attraverso comunicazioni e “stories” sul portale di Assaporalaromagna (www.assaporalaromagna.it) e i relativi social network (Facebook, Instagram...). La campagna promozionale avrà come obiettivo quello di enfatizzare il ruolo chiave delle attività di panificazione.

2) **Campagna promozionale** caratterizzata dall’uscita, il 16 ottobre 2023, in contemporanea su **tutti i media** (quotidiani tradizionali e di comunicazione interattiva) di una comunicazione univoca (immagine e slogan accattivante e di promozione di valorizzazione del pane) realizzata per tutte le Confartigianato del territorio romagnolo, attraverso la piattaforma Assaporalaromagna. L’immagine e la comunicazione univoca riprenderanno gli obiettivi a cui tendere: favorire l’innovazione e la sostenibilità dei processi produttivi.

3) **Realizzazione di dotazione di sacchetti “dedicati” alla Giornata del pane** e dei prodotti da forno riportanti la comunicazione univoca (di cui sopra) e messa a disposizione di tutte le attività di panificazione delle Confartigianato della Romagna (Cesena, Forlì, Ravenna e Rimini). L’obiettivo è quello di far raggiungere il messaggio e la promozione di valorizzazione del pane al più vasto numero di abitazioni del nostro territorio. Si prevede di fornire una dote di circa 500 sacchetti alle attività di panificazione aderenti al sistema delle Confartigianato del territorio romagnolo.

DI PANE E GRAFFITI LA TRADIZIONE INCONTRA L’ARTE (FE): Per l’edizione della giornata del pane 2024 Confartigianato di Ferrara metterà in atto una serie di azioni e iniziative al fine di promuovere e sensibilizzare il pane sia dal punto di vista storico, artistico e culinario, coinvolgendo scuole, artigiani e territorio.

Dal punto di vista artistico, **studenti e insegnanti dell’istituto Liceo Artistico “DOSSO DOSSI” saranno impegnati a creare dei graffiti di ceramica tradizionale Ferrarese sul tema del pane** con i quali verrà allestita una mostra nel centro storico dei Ferrara a tema sul pane supportati da una nostra artigiana ceramista che valuterà anche le opere.

Dal punto di vista culinario gli **studenti del Vergani di Ferrara saranno accompagnati da un nostro artigiano panificatore in una lezione operativa sulla produzione del pane.**

Dal punto di vista culturale verrà eseguita una **visita guidata nelle vie di Ferrara alla scoperta delle botteghe dei panificatori** e dei luoghi ove nei secoli precedenti si produceva il pane.

I tre eventi poi avranno una visione unica, nella giornata della visita culturale, dove presso la mostra ci sarà un rinfresco a tema “ pane “ fatto dai ragazzi del Vergani grazie agli insegnamenti avuti dagli artigiani a scuola, e un confronto tra pubblico partecipante alla visita e i ragazzi sul tema del pane e sulle opere artistiche della mostra. Le opere saranno premiate da una giuria composta da artigiani e insegnanti.

SEMINARI SULLA VALORIZZAZIONE DEL PANE LOCALE (MO-RE): nella settimana della *Giornata del pane e dei prodotti da forno*, e nel periodo immediatamente successivo, si vuole organizzare una serie di **seminari presso gli istituti scolastici territoriali per portare ai ragazzi le esperienze di alcuni dei nostri esperti panificatori**, in modo da trasmettergli alcune conoscenze relative alle tradizioni del territorio modenese e reggiano. All'interno di questi seminari si tratteranno i temi della sana alimentazione, dell'importanza della qualità dei prodotti e della genuinità del fare artigiano, verranno discussi anche le evoluzioni e la modernità che vive continuamente il mondo della panificazione **ponendo l'accento su quello che produttore e consumatore, scegliendo i beni da proporre e acquistare in maniera responsabile, possono fare per ridurre l'impatto ambientale aumentando la sostenibilità ecologica di una fetta di mercato.**

PROMOZIONE DEL PANE CON IL MERCATO ALBINELLI (MO-RE): durante la giornata del 16 ottobre, nella splendida cornice dello storico Mercato Albinelli che, situato nel centro di Modena, da sempre è teatro di scambi commerciali di prodotti di altissima qualità appartenenti alla tradizione culinaria modenese e che ha visto il passaggio di grandissimi artigiani del gusto, sarà effettuata una campagna di promozione con materiale promozionale per promuovere tra la cittadinanza il pane e i prodotti da forno.

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE (MO-RE): nelle settimane attorno alla data del 16 di ottobre sarà organizzata una campagna di comunicazione effettuata attraverso inserzioni pubblicitarie sui quotidiani locali, una campagna marketing realizzata attraverso l'utilizzo dei social media a disposizione, e a una serie di materiale grafico per la promozione degli eventi che orbitano attorno a questa data.

EVENTO DI PROMOZIONE DELL'AMARETTO DI SPILAMBERTO (MO): l'amaretto di Spilamberto è uno dei dolci più rinomati del territorio modenese, con una storia che affonda le sue radici nei secoli – è stato accertato che questo prodotto esista dal XVII secolo – entra a far parte di diritto del pantheon dei prodotti da valorizzare. Per questo motivo, come già è stato fatto con grande successo gli scorsi anno, verrà ripetuto l'evento divulgativo per la valorizzazione di questo splendido prodotto da forno a cui sarà richiesta la partecipazione di tutta la provincia modenese. L'evento sarà preceduto da una campagna di pubblicizzazione in modo da renderlo noto alla cittadinanza.

COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE (BO): Comunicazione multimedia (inclusi social media sul “valore artigiano” di pane e prodotti da forno a fini didattico/informativi e di orientamento a un consumo consapevole.

I post saranno pubblicati in prevalenza sulle piattaforme META, non escludendo eventuali rimandi LinkedIn, in modo organico. Lo stile dei post sarà armonizzato con lo stile della pagina/profilo e consisterà in una immagine (o in un cartello) pertinente, con una caption a carattere informativo/educativo sul valore del prodotto da forno e del “sapere” artigiano nel produrlo.

Saranno inoltre prodotti post/articoli relativi alla campagna sia sul sito dell'Associazione, sia su L'Impresa Metropolitana, testata giornalistica online a circa 2500 indirizzi.

PAGINA RESTO DEL CARLINO (BO): in occasione della *Giornata internazionale del Pane* sarà pubblicata una pagina sul Resto del Carlino che ricordi al pubblico l'importanza di questa giornata che richiama i valori intrinseci del pane come prodotto tradizionale, culturale, ma anche innovativo e senza tempo.

MOMENTO DI SINTESI FINALE (BO): verrà organizzato un momento finale, una volta concluse le altre iniziative, che funga da **momento di sintesi e di esposizione della situazione attuale della panificazione nella Città metropolitana di Bologna**. L'evento avverrà all'interno di un'impresa associata e durante lo svolgimento saranno affrontati i temi legati al settore dei prodotti da forno per diffonderne le potenzialità, il valore e farne conoscere le difficoltà.

“FORNI APERTI FORNI IN FESTA” LA RITROVATA FIDUCIA NEL NEGOZIO DI PROSSIMITÀ (RN): L'attività in oggetto prevede una campagna promo-informativa tramite i media e canali di comunicazione opportunamente individuati in funzione del tipo di contenuto comunicativo da veicolare. Potranno essere realizzate e veicolate due diverse tipologie di contenuti media:

a) **video di ricette tipiche realizzati da mastri panificatori** (si stimano 4 - 5 video) che possano diffondere direttamente la qualità delle specialità di prodotti di eccellenza delle singole imprese, nonché la professionalità dei panificatori che in questo modo avranno la possibilità di creare un'immagine positiva.

b) **video racconto dell'azienda attraverso gli occhi dei clienti storici** (numero in funzione della disponibilità dei clienti) in modo da raccontare indirettamente la storia dell'impresa, ma anche la scelta consapevole del consumatore, le tendenze di consumo e anche il legame che si crea tra l'acquirente finale e il panificio di fiducia. Le interviste potranno educare i consumatori sui benefici del pane fresco rispetto a quello industriale, evidenziando la qualità, il gusto e la tradizione artigianale.

Inoltre, sarà **rieditato e distribuito il libretto “Racconti del pane”**: sarà dato maggiore spazio a informazioni legate alla storia, alle tradizioni, alle leggende che si sono sviluppate intorno a questo alimento.

Infine, il 16 di Ottobre, durante la giornata mondiale del pane e dei prodotti da forno, **i panifici aderenti al progetto saranno sensibilizzati ad offrire** alla loro clientela, presso i loro esercizi, in forma libera e gratuita, **assaggi dei loro prodotti e delle loro ricette d'eccellenza**.

Per tale occasione potranno essere distribuiti i sacchetti di ASSAPORA LA ROMAGNA (customizzato con

claim evocativo e di sensibilizzazione) e il libretto “I racconti del pane” che comprende informazioni di educazione alimentare, prodotti del pane, eccellenze e tipicità del territorio, informazioni legate alla storia, alle tradizioni, alle leggende.

L’AZIENDA ENTRA A SCUOLA – INCONTRO CON GLI STUDENTI SUL TEMA “LL FORNAIO: UN MESTIERE PER TUTTE LE GENERAZIONI ” (RN): L’attività in oggetto prevede azioni dal carattere informativo, divulgativo e orientativo rivolte a giovani e a studenti giovanissimi.

In particolare potranno essere realizzate, di concerto con le scuole Medie Superiori del Territorio (prioritariamente con gli Istituti Alberghieri - classe 3° 4° o 5°) degli incontri strutturati in presenza e in plenaria con riprese video. Questo momento didattico potrebbe essere ascrivibile anche all’attività di orientamento in uscita (attività previste nei piani scolastici).

Sarà sondata la possibilità di far partecipare, per la sensibilizzazione contro lo spreco alimentare e la valorizzazione della cultura dell’Economia Circolare, associazioni impegnate in tali azioni di promozione sociale. Tali incontri in presenza potranno approfondire indicativamente i seguenti temi:

Area professionalità, lavoro e mestiere

- il lavoro e il mestiere del Mastro Panificatore oggi (Cosa Fa un Panettiere? Mansioni, Competenze e Formazione);
- imprenditoria, come aprire un panificio: requisiti, iter burocratico, costi;
- l’importanza di innovare il prodotto e il servizio (es. ristorazione veloce, panificio-bar...) per portare giovani e nuovi clienti nei forni con proposte e ricette innovative o in linea con le dinamiche date da nuovi stili di vita, nuovi regimi dietetici e dai trend di consumo.

Area prodotto, tecniche e sostenibilità

- l’utilizzo di ingredienti di eccellenza per ottenere prodotti buoni, sani e genuini; variarne la produzione anche con farine alternative e con prodotti tipici del territorio per rispondere, in maniera completa alle esigenze della clientela (materie prime 100% italiane, panifici artigianali, il pane “etico”...);
- il “recupero” consapevole (che siano consumatori o produttori/operatori) delle materie e/o del prodotto e/o delle rimanenze (o scarti di lavorazione), le tecniche per ottimizzare il ciclo di cottura anche in un’ottica di risparmio energetico e cultura del risparmio delle risorse.

Inoltre potranno essere organizzate con giovani studenti delle Scuole Primarie (Elementari) visite formative e istruttive in mulini del territorio e/o potranno essere organizzati incontri tra gli alunni e i panificatori in classe.

BAKERY 4.0 VOCAZIONE PANETTIERE TRA TRADIZIONE, INNOVAZIONE (RN): L’attività in oggetto prevede azioni dal carattere informativo, divulgativo. Si prevede la messa in onda (tv e web tv) di un dibattito in studio (durata emissione TV di circa di 25 minuti con la partecipazione di 2/3 ospiti + 1 giornalista) riguardante le imprese del settore della panificazione e dei prodotti da forno del territorio.

In particolare potranno essere affrontate indicativamente le seguenti tematiche:

- la rivalutazione del “prodotto pane” nell’alimentazione;
- il mestiere del fornaio nell’era digitale;
- I panifici come luoghi storici della cultura agroalimentare italiana.
- Trend e dinamiche del settore.

SEMINARIO “ESG OPPORTUNITA’ PER ANDARE OLTRE LA SOSTENIBILITA’: l’inizio di una nuova era nel rapporto tra banche e imprese, con l’introduzione delle questioni ESG Environmental, Social e Governance nel rating del credito” (RN): L’attività in oggetto sarà svolta in collaborazione con il Tecnopolo di Rimini e prevede azioni dal carattere informativo, scientifico e divulgativo. Si prevede un seminario rivolto a operatori, studiosi e curiosi dell’arte bianca con particolare attenzione agli addetti del settore della panificazione e dei prodotti da forno del territorio. Si stima la presenza di 1 moderatore e 2/3 esperti (es. Ricercatori del Centro Interdipartimentale di Ricerca Industriale, coach esperto in design strategist in economia Circolare)

Potranno essere affrontate indicativamente le seguenti tematiche:

- il ciclo di vita dei prodotti e gli strumenti di sostenibilità ambientale;
- risparmio energetico e utilizzo consapevole delle materie prime;
- progetti di ricerca in essere riguardanti le farine / grani antichi / packaging con prodotti sostenibili;
- Criteri ESG per il rating del credito e per l’economia Circolare
- buone pratiche e tecniche volte all’utilizzo di nuove o antiche materie prime, all’ottimizzazione della produzione e del recupero delle materie e delle rimanenze.

5 MODALITA’ E METODOLOGIA DELLA REALIZZAZIONE E AZIONI PREVISTE

Modalità di utilizzo delle competenze utilizzate: le attività in loco verranno realizzate dalle rispettive Confartigianato, mediante impiego dei propri dipendenti in qualità di project manager e coordinatori delle singole iniziative. Un funzionario provinciale specializzato nell’attività sindacale del settore panificazione si occuperà quindi del contatto con i fornitori per le spese, l’organizzazione di eventi (sale, attrezzature, materiali) per la produzione di materiale divulgativo, promozionale e pubblicitario, le consulenze e/o acquisizione servizi specialistici e l’acquisto di spazi pubblicitari. Oltre a professionisti esterni verranno inoltre coinvolte le singole sedi territoriali, per dare massimo risalto all’iniziativa e coordinarsi con i referenti locali pubblici e privati. In questo modo si potrà attingere al *know how* accumulato negli anni, alle competenze esterne e alla rete di relazioni sul territorio.

Imprese target di riferimento: verranno coinvolte tutte le imprese della filiera, dunque ovviamente le imprese di panificazione artigianale, ma anche (quali destinatari indiretti della comunicazione) di rivendita del pane, molini e frantoi, distributori di farine artigianali.

Attività di analisi e ricerca e di diffusione dei risultati raggiungibili: Grazie al lavoro dell’Osservatorio MPI di Confartigianato Imprese Emilia-Romagna, inoltre, sarà possibile monitorare i ritorni economici per le aziende nel periodo antecedente e successivo allo svolgimento delle iniziative oltre all’ “audience” generata sui media tradizionali quali quotidiani, radio locali e tv locali, oltre al monitoraggio della diffusione digitale generata sui propri siti web e sui propri social media, per verificare l’ottenimento di risultati tangibili sul versante della visibilità su larga scala.

Co-realizzazione delle diverse attività/fasi realizzative: tutti gli eventi saranno realizzati con partner e collaborazioni consolidate. Pertanto non si prevede la necessità di stipulare accordi o contratti ad hoc

(salvo le forniture specializzate), vista anche la natura pubblica di molti dei partner (scuole, AUSL, Comuni), ma unicamente si intende procedere con una richiesta informale di invito alla partecipazione agli eventi.

6 TEMPI DI REALIZZAZIONE

7 FASE REALIZZATIVA	2024					
	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
ASSAPORALAROMAGNA						
DI PANE E GRAFFITI LA TRADIZIONE INCONTRA L'ARTE						
SEMINARI SULLA VALORIZZAZIONE DEL PANE LOCALE						
PROMOZIONE DEL PANE CON IL MERCATO ALBINELLI						
CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE						
EVENTO DI PROMOZIONE DELL'AMARETTO DI SPILAMBERTO						
COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE						
PAGINA RESTO DEL CARLINO						
MOMENTO DI SINTESI FINALE						
"FORNI APERTI FORNI IN FESTA" LA RITROVATA FIDUCIA NEL NEGOZIO DI PROSSIMITÀ						
L'AZIENDA ENTRA A SCUOLA – INCONTRO CON GLI STUDENTI SUL TEMA "LL FORNAIO: UN MESTIERE						

PER TUTTE LE GENERAZIONI "						
BAKERY 4.0 VOCAZIONE PANETTIERE TRA TRADIZIONE, INNOVAZIONE						
SEMINARIO "ESG OPPORTUNITÀ PER ANDARE OLTRE LA SOSTENIBILITÀ: L'INIZIO DI UNA NUOVA ERA NEL RAPPORTO TRA BANCHE E IMPRESE, CON L'INTRODUZIONE DELLE QUESTIONI ESG ENVIRONMENTAL, SOCIAL E GOVERNANCE NEL RATING DEL CREDITO"						

7 RISULTATI ATTESI

I principali risultati attesi dalla realizzazione del progetto presentato sono:

- **La valorizzazione del pane artigianale e dei prodotti da forno e del lavoro degli artigiani** con iniziative dirette alla cittadinanza con il coinvolgimento di imprese attive in ben 7 delle 9 Province e Città metropolitane esistenti in Emilia-Romagna: Città Metropolitana di Bologna, Provincia di Rimini, Provincia di Modena, Provincia di Reggio Emilia, Provincia di Forlì-Cesena, Provincia di Ravenna e la Provincia di Ferrara. Le iniziative di valorizzazione sono aperte al pubblico ed alle stesse potranno partecipare turisti e visitatori dei centri storici delle città.
- **Il coinvolgimento delle imprese artigiane della panificazione** come individuate dagli ATECO specificati nel bando distribuiti su sette province, oltre ad altre imprese della filiera (grossisti, fornitori, distributori, produttori di farine del posto) utile anche al rafforzamento della rete di imprese sia orizzontalmente che verticalmente rispetto al processo produttivo.
- **Uno dei temi cardini rimarrà quello della sostenibilità e con essa anche l'aspetto della prossimità e la lotta allo spreco, pertanto si cercherà di coniugare la valorizzazione della qualità dei prodotti artigianali di panetteria e la salvaguardia dell'ambiente**, i risultati attesi saranno per lo più legati alla sensibilizzazione sia del consumatore che degli stessi panificatori mostrando i benefici che ottengono le imprese che hanno già attivato le suddette misure.
- Un ruolo lo avrà anche **il tema del reperimento delle risorse umane**, con eventi e iniziative fatte coinvolgendo le scuole e i più giovani.

- In ultimo, un tema entrato in modo dirompente in questa edizione è quello che riguarda l'innovazione nei processi produttivi e l'accompagnamento delle imprese nella conoscenza dei nuovi "modi di fare" per dare ancora più valore ai prodotti da forno che possono essere così considerati prodotti innovativi e radicati nella tradizione.

8 MODALITA' DI DIFFUSIONE E PUBBLICIZZAZIONE DEI RISULTATI

Le attività di diffusione relativa alla co-progettazione operativa degli interventi e della diffusione dei risultati intermedi e finali previsti e attesi saranno basate su due asset:

1) Campagne pubblicitarie: tutti gli eventi fra loro correlati, verranno sostenuti da una campagna pubblicitaria e di comunicazione volta ad informare i consumatori dei contenuti e dei significati delle varie iniziative.

Mediante un'azione sinergica e congiunta delle varie delegazioni Confartigianato territoriali verrà ricavato ampio spazio sia sui media locali tradizionali che sui social media quali Facebook, X, Instagram, LinkedIn veri medium dell'era moderna e principale veicolo di comunicazione verso le fasce più giovani della popolazione.

La diffusione sia delle iniziative che dei risultati intermedi e finali (partecipazione del pubblico, coinvolgimento degli stakeholder e delle imprese) potrà contare inoltre sui siti internet delle Associazioni e dei relativi canali YouTube. Anche questi media rivestono una grandissima importanza in termini di diffusione e pubblicizzazione con il grande pubblico.

Video/foto documentari: verranno realizzati video e foto documentari durante i principali eventi del progetto; i contenuti creati verranno poi caricati sui canali YouTube e sulle pagine social delle Associazioni provinciali coinvolte, cercando di mantenere il focus sul tema della valorizzazione del pane e dei prodotti da forno artigianali. Le attività rivolte al coinvolgimento delle imprese, dei sistemi territoriali, dei principali stakeholder sono state individuate nel paragrafo precedente in termini di individuazione del soggetto. In ordine alla metodologia, il coinvolgimento delle imprese avverrà mediante il supporto delle sedi territoriali di Confartigianato, le quali hanno un legame di lunga data e relazioni di fiducia con le imprese in loco ad esse associate. Lo stesso discorso vale per le relazioni con le scuole, i Comuni e le AUSL: da anni le Confartigianato di Bologna Metropolitana, Modena e Reggio-Emilia, Cesena, Forlì, Ravenna, Rimini e Ferrara intrattengono rapporti con Comuni e Province per iniziative, attività sindacali, confronto politico su temi di interesse delle imprese.

9 DESCRIZIONE DEI COSTI PREVISTI

Tale schema deve essere compilato con gli stessi valori che sono stati individuati nella domanda di finanziamento

VOCE DI SPESA	COSTO PREVISTO	DESCRIZIONE
A) Costi legati all'organizzazione di eventi	€ 14.300,00	Noleggio di attrezzature e sale, servizi specialistici legati alla realizzazione degli eventi
B) Produzione di materiale divulgativo, promozionale e pubblicitario	€ 12.525,00	Stampa di flyer pubblicitari, manifesti, cartelloni, materiale promozionale per gli eventi, realizzazione di video, foto e materiali pubblicitari
C) Consulenze e/o acquisizione servizi specialistici strettamente correlati al progetto	€ 18.200,00	Progettazione e realizzazione grafiche finalizzate ad azioni di promozione e pubblicità del progetto, rimborso relatori
D) Acquisto di spazi pubblicitari	€ 8.600,00	Acquisto di spazi pubblicitari su media locali e digitali, promozione e pubblicità degli eventi e delle iniziative
E) Spese generali connesse alla realizzazione del progetto (max 5% della somma di A+B+C+D)	€ 2.500,00	//
TOTALE (A+B+C+D+E)	€ 56.125,00	//

10 FONTI DI COPERTURA

FONTI (descrizione)	IMPORTO
Fonti finanziarie proprie di Confartigianato Imprese Emilia-Romagna	56.125,00€
Totale	56.125,00€

Data 13/06/2024

TIMBRO

Firma del Legale Rappresentante