



Gruppo di Azione Locale VAL D'ANAPÒ
Via P. Iolanda 51 – 96010 CANICATTINI BAGNI (SR)
Tel. 0931541138-39 fax 0931541077 – www.galvaldanapo.it – e-mail: posta@galvaldanapo.it

AREA COMUNICAZIONE

PIR - Progetto Integrato Regionale - Reti per lo sviluppo locale **MARCHIO TERRITORIALE DI QUALITÀ "ARCHIMEDE"**

COMUNICATO STAMPA

Canicattini Bagni, 23/02/2007 - Un progetto per la creazione di un marchio territoriale identificativo delle tipicità locali, supportato da una specifica attività di promozione e valorizzazione, tramite un Portale multi lingue, gli Educational tours e Workshop per fare incontrare i protagonisti del mercato nazionale ed estero ed i rappresentanti del sistema produttivo siracusano, organizzato secondo criteri di eccellenza e qualità.

Nasce così il **"Marchio di qualità territoriale Archimede"**, nell'ambito del PIR – il Progetto Integrato Regionale – Reti per lo sviluppo locale – Internazionalizzazione dell'economia siciliana – Internazionalizzazione dei sistemi locali – finanziato dal POR Sicilia 2000-2006 misura 6.06 A3 - del quale è ente attuatore la Provincia Regionale di Siracusa nella sua qualità di capofila della **Coalizione Territoriale Archimede** della quale fanno parte tutti i Comuni del territorio, che si è avvalsa del supporto progettuale del Gal Val d'Anapo.

L'iniziativa verrà presentata, nel corso di una conferenza stampa che si terrà **MARTEDI' 27 FEBBRAIO 2007 alle ore 11,30** nel Salone "Costanza Bruno" della Provincia Regionale di Siracusa, dal Presidente **Bruno MARZIANO** e dal coordinatore del progetto "Archimede" **Florindo COLELLA**. Presenti anche gli assessori provinciali allo Sviluppo Economico e all'Agricoltura, **Nello LENTINI e Giuseppe GALLETTA**, il Presidente del Gal Val d'Anapo, **Giuseppe GIANNINOTO**, e i proget-manager del PIT 9, **Francesco TRAIANO**, e del PIT 28, **Sebastiano DI MAURO**.

Un progetto pilota di sviluppo locale, che la "Coalizione Archimede", ricompona a livello provinciale, facendo riferimento al processo innescato dall'esperienza dei due PIT della provincia, relazionandosi con i contesti territorialmente contermini e con le filiere regionali e nazionali di interesse, promuovendo il Marketing Territoriale, internazionalizzandone le potenzialità e, quindi, promuovendo commercializzando il "prodotto" del territorio.

Avviando un percorso di concertazione che, nella sua fase programmatica, coinvolge le associazioni di categoria, le imprese, la CCIAA, gli istituti di credito, i rappresentanti dei consumatori e gli enti locali.

Il **"Marchio di qualità territoriale Archimede"**, rappresenterà, pertanto, un sistema di aziende che sceglieranno la qualità come obiettivo da perseguire e che a scadenze periodiche si sottoporranno a specifiche valutazioni sui livelli di eccellenza raggiunta. Questa scelta (e con essa il concetto di tutela e massima soddisfazione del Cliente-Fruitore) rappresenta un'opportunità ed una sfida per il sistema produttivo della provincia di Siracusa.

SCHEDA INFORMATIVA DELL'INTERVENTO

Finanziamento nell'ambito del POR SICILIA 2000-2006

PIR - Progetto Integrato Regionale - Reti per lo sviluppo locale

Mis. 6.06 A3 del POR Sicilia 2000 – 2006

Internazionalizzazione dell'economia siciliana

Internazionalizzazione dei sistemi locali

DENOMINAZIONE DELL'INTERVENTO

MARCHIO TERRITORIALE DI QUALITA' ARCHIMEDE

Dipartimento competente:

Assessorato regionale alla Cooperazione, Commercio, Artigianato, Pesca

Dipartimento Cooperazione, Commercio, Artigianato

Soggetto attuatore: Provincia Regionale di Siracusa in qualità di soggetto capofila della Coalizione Territoriale Archimede della quale fanno parte tutti i comuni della provincia.

IL PROGETTO PILOTA RETE RELAZIONALE ARCHIMEDE PER LO SVILUPPO LOCALE

Tramite il PROGETTO PILOTA PIR SVILUPPO LOCALE, la Coalizione Archimede ricompona a livello provinciale le risultanze delle precedenti esperienze di programmazione negoziata, rafforza il sistema della progettazione locale, implementa il processo innescato dall'esperienza dei due PIT della provincia e ne affina i modelli organizzativi "riunificando e governando organicamente le attività a carattere strategico", **consolida ed implementa le attività di distretto** nell'ambito di una visione provinciale e di sistema idonea, da un lato a relazionarsi con i contesti territorialmente contermini e con le filiere regionali e nazionali di interesse, dall'altro a promuovere il **Marketing Territoriale**, internazionalizzarne le potenzialità e, quindi, **promo-commercializzare il "prodotto" del territorio**.

In questo contesto, il progetto pilota prevede un'azione nell'ambito **della Mis. 6.06 A3 del POR Sicilia 2000 – 2006 Internazionalizzazione dell'economia siciliana - Internazionalizzazione dei sistemi locali**, denominata "Marchio territoriale di qualità Archimede" che punta a

Supportare l'ispessimento delle filiere produttive e imprenditoriali locali

Sostenere i processi di integrazione del sistema produttivo locale

attraverso un intervento multilivello che persegue **la valorizzazione delle produzioni di qualità e delle attività** connesse all'**Offerta Turistica Integrata** mediante una forte **azione di marketing per l'internazionalizzazione**.

L'INTERVENTO

L'intervento prevede la realizzazione dei seguenti sottoprogetti:

IL MARCHIO DI QUALITA' PLURIPRODOTTO

IL PORTALE DI SUPPORTO

IL PIANO DI PROMOZIONE

Il Marchio di Qualità *provinciale* ha le seguenti caratteristiche:

- è **integrato**, in quanto destinato a rappresentare le produzioni agricole ed agroalimentari di qualità e le attività produttive ed imprenditoriali legate all'Offerta Turistica Integrata;
- è **orientato all'eccellenza**, poiché adotta una politica della qualità crescente;
- è **inclusivo**, laddove prevede un percorso che accompagna l'impresa al conseguimento del diritto all'uso del marchio.

Il **marchio** rappresenterà un **sistema di aziende** che sceglieranno la qualità come obiettivo da perseguire e che a scadenze periodiche si sottoporranno a specifiche valutazioni *sui livelli di eccellenza* raggiunta.

L'esigenza di riunirsi sotto un marchio comune risponde alla crescente esigenza di comunicare al potenziale cliente gli sforzi delle imprese verso l'eccellenza. Questa scelta (e con essa il concetto di tutela e massima soddisfazione del Cliente/Fruitore) rappresenta un'opportunità ed una sfida per il sistema produttivo della provincia di Siracusa. Il Marchio di Qualità offre infatti ai clienti attuali e potenziali una valutazione obiettiva del livello di servizio offerto, rappresenta una garanzia per il turista/cliente ed offre una serie di indubbi vantaggi sia per gli esercenti che per i fruitori: visibilità, chiarezza di immagine, garanzie di qualità, facilità di scelta, velocità di lettura e di identificazione dell'Area di provenienza.

Il progetto "**ARCHIMEDE**" conterà dunque di **cinque fasi operative**:

- 1) Costituzione del Partenariato per l'internazionalizzazione
- 2) Analisi delle produzioni e delle attività di qualità
- 3) Definizione del regolamento di funzionamento del Marchio di Qualità;
- 4) Definizione del Marchio di Qualità e delle connesse operazioni di marketing;
- 5) Realizzazione del Portale Web Multifunzione

In particolare il marchio costituirà la sintesi di un complesso di fattori che concorreranno a formare l'idea del Prodotto Territoriale Integrato "Provincia di Siracusa": esso sarà il risultato di un'iniziativa finalizzata alla crescita qualitativa di tutti i settori e come tale un segno distintivo di qualità; sarà uno strumento di visibilità per le imprese; sarà volontario e verrà concesso secondo criteri obiettivi e trasparenti, a termine con la riconferme se perdureranno i requisiti necessari.

In termini di benefici/risultati attesi, il nuovo Marchio introdurrà nel tessuto imprenditoriale della provincia di Siracusa una **costante tensione verso la cultura della qualità** nei settori produttivi

relativi ai prodotti agricoli, alimentari, turistici e di produzione artigianale locali, nonché l'avvicinamento di questi prodotti ai consumatori ed il sostegno della loro commercializzazione.

La qualità dei prodotti, più alta rispetto gli standard percepiti dai clienti/fruitori, verrà giudicata da un comitato di valutazione indipendente come specificato nel paragrafo relativo alla "*Definizione dei termini applicativi di un protocollo*".

I prodotti saranno gestiti con il nuovo strumento del *marchio ombrello* (inteso come strumento che unisce sotto sé un numero approfondito di interessi e virtualità), integrato così da un più ampio principio di qualità.

LE AZIONI DEL PROGETTO

Il progetto "Archimede" nell'ambito della misura 6.06.a3 del POR SICILIA 2000/2006 è un programma caratterizzato per un **approccio sistemico ed integrato**, imperniato sulla creazione di un **marchio territoriale** identificativo delle tipicità locali e supportato da una specifica attività di **promozione/valorizzazione**, tramite il **Portale** e gli **educational tours**.

In tal senso il programma promosso in questa sede non può prescindere da un necessario **percorso di concertazione** che, nella sua fase programmatica, coinvolga le **associazioni di categoria, le imprese, la CCIAA, gli istituti di credito, i rappresentanti dei consumatori e gli enti locali**.

L'azione inoltre, è strettamente integrata ad altro intervento inserito nel progetto pilota del PIR "Reti per lo Sviluppo Locale" legato all'**attivazione di un Centro di coordinamento della programmazione strategica integrata provinciale** finalizzato all'implementazione del processo di sviluppo integrato attivato.

In termini operativi il progetto si articolerà nelle seguenti fasi:

- | | |
|---------------|---|
| FASE 1 | ANALISI E RICERCA TERRITORIALE |
| FASE 2 | REALIZZAZIONE DEL MARCHIO "ARCHIMEDE" |
| FASE 3 | DEFINIZIONE DEL PARTENARIATO LOCALE |
| FASE 4 | PROMOZIONE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PRODOTTO TIPICO |

1. Analisi e ricerca territoriale

Questa fase prevede la realizzazione di uno studio diretto ad analizzare, a livello locale, i principali settori economici nel comparto agro-alimentare (limitatamente ai settori riconducibili a regimi di qualità certificati quali DOC, DOP, IGP e BIOLOGICO), del settore artigianale, turistico e dei servizi complementari.

L'azione di ricerca ed analisi si propone di dare chiara evidenza delle produzioni e dei servizi di punta in chiave provinciale, al fine di stabilire in modo inequivocabile la linea di delimitazione della c.d. offerta integrata.

2. Realizzazione del marchio

La realizzazione del marchio prevede due fasi fondamentali, una prima fase attinente all'ideazione del logo identificativo e del suo slogan di sfondo ed una seconda fase di definizione del protocollo condiviso per l'accesso al marchio.

L'ideazione del marchio e della linea editoriale è prevista attraverso un apposito studio di comunicazione.

2.1 Definizione dei termini applicativi di un protocollo

Il *Protocollo* è il documento che conterrà i vari punti ed i principi programmatici di adesione/accordo tra le parti.

L'accesso al marchio è subordinato però al possesso di specifici requisiti di qualità qui di seguito definiti in relazione al settore d'attività.

Il Protocollo avrà dunque la funzione di creare una sorta di soglia minima, che stabilita e progettata per ogni tipo di realtà, decreterà l'ammissione o meno all'uso del **Marchio** e farà in caso contrario da stimolo ai soggetti esclusi per un rapido cambiamento di rotta.

Il Comitato di Valutazione che verrà creato sarà composto dai rappresentanti degli enti locali, delle associazioni di categoria e dei consumatori e si prevede che sarà composto rappresentanti della CCIAA territorialmente competente, delle associazioni di categoria e dei consumatori.

2.2 La creazione del marchio del territorio "Archimede"

Il passaggio ulteriore del programma è dato dalla **istituzione del MARCHIO del territorio**. Un momento essenziale per il programma in oggetto che si pone quale strumento operativo per comunicare un'identità territoriale forte, sentita e condivisa innanzitutto dalla comunità locale e quindi attrattiva per il turista potenziale.

Il marchio deve riuscire ad evocare non solo di qualità organolettiche, ma anche sensazioni, sapori ed esperienze legate al territorio, in modo da conferire **ri-conoscibilità al territorio** e richiamare la qualità dell'**offerta turistica integrata**.

Il risultato di questa azione permette di promuovere su scala internazionale il territorio della Provincia di Siracusa in chiave turistica e garantisce una forte valorizzazione dei prodotti tipici locali anche in vista di un'applicazione del marchio sulle confezioni dei prodotti medesimi in ragione a principi di rintracciabilità.

3. Attivazione del partenariato per l'internazionalizzazione

Con una specifica azione di accompagnamento, sarà supportata la costituzione nell'ambito della Coalizione Territoriale di un Partenariato per l'Internazionalizzazione, che costituisce la garanzia e l'impegno a supportare l'azione prevista nel presente progetto anche dopo il periodo di prima realizzazione sostenuto con l'intervento della Mis. 6.06.

Il Partenariato, per il quale non si esclude la possibilità di ricorrere a forme organizzative più formalizzate (consorzio, società mista), opererà a livello di **governance** su due fronti essenziali: la **promozione dell'offerta turistica unitaria** (coordinando le attività dei soggetti che costituiscono l'offerta ricettiva locale) ed il supporto alle strutture ricettive operative e nasciture in termini di servizi, da una parte; la costante valorizzazione del **prodotto agricolo ed agroalimentare di qualità**.

Gli obiettivi previsti sono:

- Il coordinamento delle manifestazioni locali a carattere culturale ed eno-gastronomico al fine di garantire e promuovere il sistema turistico unitario;
- La gestione integrata della comunicazione territoriale sia nei confronti degli attori di ogni singolo comparto che in rapporto agli utenti/fruitori
- Il coordinamento di un sistema di offerta integrata mirata ad una crescita qualitativa dell'offerta
- L'offerta di servizi avanzati al fine di integrare in un processo di valorizzazione reciproca l'offerta ricettiva e la somministrazione dei prodotti tipici eno-gastronomici locali
- La costituzione di un sistema informativo locale finalizzato al monitoraggio dei flussi in entrata ed ai livelli di customer care del prodotto/servizio erogato

4. La promozione ed internazionalizzazione del prodotto integrato Siracusano

L'azione di promozione e valorizzazione del territorio si espletterà attraverso azioni di diffusione commerciale dei prodotti tipici locali e di pacchetti turistici integrati da parte della Provincia Regionale di Siracusa durante le innumerevoli manifestazioni a carattere nazionale ed internazionale.

In termini operativi si procederà alla creazione del c.d. "Gruppo di Eccellenza" che la il partenariato per l'internazionalizzazione provvederà a promuovere e coordinare per la partecipazione ad eventi sotto il proprio patrocinio.

Sarà oggetto di tale azione organizzativa la predisposizione di specifici **educational tours** e **workshop** per l'incontro tra i principali attori del mercato nazionale ed estero (buyers, rappresentanti della grande distribuzione, organizzatori di eventi, esperti, autorità, testimoni privilegiati) ed i rappresentati del sistema produttivo siracusano organizzato secondo criteri di eccellenza e qualità.

Si prevede di realizzare:

n. 2 educational tour

n. 2 workshop

Gli educational si svolgeranno interamente nella provincia di Siracusa, unitamente ad uno dei workshop.

Altro fattore/strumento di successo è dato dal **portale multi-lingue** che la Coalizione Archimede intende realizzare a fronte del presente programma di sviluppo economico locale in chiave promozionale.

Il sito o portale sarà quotato a reali prezzi di mercato (sotto la supervisione del comitato di controllo) per i servizi effettivamente proposti e per le lingue che si intenderà effettivamente utilizzare.

Sarà prevista un'azione di analisi volta a verificare che i soggetti proponenti siano in condizione di garantire la adeguata funzionalità, l'aggiornamento e la visibilità per un numero congruo di anni oltre il momento di realizzazione dello stesso portale. Questa fase sarà garantita da una costante azione di monitoraggio effettuata dal comitato di controllo che utilizzerà quali elementi di valutazione l'andamento delle vendite ed i report di customer care effettuati dalle aziende nella fase post-vendita.

Questo nascerà come integrazione di competenze di professionisti del marketing e della rete per fornire alle aziende la possibilità di mettersi in contatto diretto con i propri target di riferimento, utilizzando al meglio le capacità del web come strumento di promozione.