



**REGIONE
PIEMONTE**

**DOMANDA DI PREISCRIZIONE
BANDO 1/2019 OPERAZIONE 16.4.1 PSR 2014-2020**

Proponente Capofila

(obbligatorio per presentare la successiva Domanda di Sostegno):

1. Ragione sociale: **AZIENDA AGRICOLA PIDRIN S.S.** (azienda agricola)
Codice fiscale e partita Iva: **0 2 1 1 1 4 9 0 0 3 9**
tel: **335 5264745 (REFERENTE MARCO CERUTTI)**
tel: **340 2659249 (REFERENTE BRUNO FELIGINI)**
mail: bruno.feligini@innfood.it
indirizzo: **VIA CASCINA VIGANE, NR. 10 – BORGOMANERO (NO)**

Partner già individuati:

1. Ragione sociale: **AZIENDA VITIVINICOLA ENRICO CROLA** (azienda agricola)
Codice fiscale: **C R L N R C 7 8 5 2 8 8 3 0 0 M** – Partita Iva: **0 1 9 5 8 5 2 0 0 3 1**
tel: **347 8017054 (REFERENTE ENRICO CROLA)**
tel: **340 2659249 (REFERENTE BRUNO FELIGINI)**
mail: bruno.feligini@innfood.it
indirizzo: **VIA SANTO STEFANO, NR. 53 – OLEGGIO (NO)**
2. Ragione sociale: **PHENOMENON S.R.L.** (codice ATECO: **56.10.11**)
Codice fiscale e partita Iva: **0 2 2 6 0 7 7 0 0 3 3**
tel: **335 5264745 (REFERENTE MARCO CERUTTI)**
tel: **340 2659249 (REFERENTE BRUNO FELIGINI)**
mail: bruno.feligini@innfood.it
indirizzo: **S.R. 229, NR. 10 – FONTANETO D'AGONA (NO)**

Numero potenziale produttori beneficiari: **maggiore di 10**

Indicazione dell'area potenzialmente interessata dal mercato della filiera corta espressa in base ai Comuni sul cui territorio ricade tale area di riferimento:

Alcuni comuni con maggiore popolazione/densità ho.re.ca. e quindi potenziale mercato della filiera entro i 70 km in linea d'aria)

- 1. Comune di NOVARA - Piemonte**
- 2. Comune di ARONA - Piemonte**
- 3. Comune di STRESA - Piemonte**
- 4. Comune di VERCELLI - Piemonte**
- 5. Comune di IVREA - Piemonte**
- 6. Comune di BIELLA - Piemonte**
- 7. Comune di CASALE MONFERRATO - Piemonte**
- 8. Comune di SANTHIA' - Piemonte**
- 9. Comune di BORGOSIESA - Piemonte**
- 10. Comune di OMEGNA – Piemonte**

- 11. Comune di VARESE - Lombardia**
- 12. Comune di MILANO - Lombardia**
- 13. Comune di MONZA – Lombardia**
- 14. Comune di BUSTO ARSIZIO - Lombardia**
- 15. Comune di RHO - Lombardia**
- 16. Comune di VIGEVANO - Lombardia**
- 17. Comune di ABBIATEGRASSO - Lombardia**
- 18. Comune di SESTO SAN GIOVANNI - Lombardia**
- 19. Comune di COMO - Lombardia**
- 20. Comune di LECCO - Lombardia**

altre specifiche: tutti i comuni della provincia di Novara

Regimi di qualità indicare il Regime di riferimento
(+ campi selezionabili)

Dop/IGP
Doc/Docg/ IG



Biologico

Sistema di qualità nazionale zootecnia

sistema di qualità nazionale produzione integrata

sistemi di qualità regionali

bevande spiritose/vini aromatizzati

Regimi facoltativi

sistemi di certificazione volontari

INDICARE LE PRODUZIONI DI RIFERIMENTO:

PRODUZIONI DOP / IGP

- **GRANA PADANO DOP**
- **GORGONZOLA DOP**
- **TALEGGIO DOP**
- **BRA DOP**
- **CASTELMAGNO DOP**
- **RASCHERA DOP**
- **MURAZZANO DOP**
- **TOMA PIEMONTESE DOP**
- **ROBIOLA DI ROCCAVERANO DOP**
- **OSSOLANO DOP**

- **MORTADELLA DI BOLOGNA IGP**
- **SALAME CREMONA IGP**
- **SALAME PIEMONTE IGP**
- **SALAMINI ITALIANI ALLA CACCIATORA DOP**
- **CRUDO DI CUNEO DOP**
- **VITELLONI PIEMONTESI DELLA COSCIA IGP**

- **NOCCIOLA PIEMONTE IGP**
- **CASTAGNA CUNEO IGP**
- **RISO DI BARAGGIA BIELLESE E VERCELLESE DOP**
- **MARRONE DELLA VALLE DI SUSÀ IGP**
- **FAGIOLO CUNEO IGP**
- **MELA ROSSA CUNEO IGP**

- **TINCA GOBBA DORATA DEL PIANALTO DI POIRINO DOP**

VINI DOC E DOCG PIEMONTESI

D.O.C.G.

- **ALTA LANGA**
- **ASTI**
- **BARBARESCO**
- **BARBERA D'ASTI**
- **BARBERA DEL MONFERRATO SUPERIORE**
- **BAROLO**
- **BRACHETTO D'ACQUI O ACQUI**
- **DOLCETTO DI DIANO D'ALBA O DIANO D'ALBA**
- **DOLCETTO DI OVADA SUPERIORE O OVADA**
- **DOGLIANI**
- **ERBALUCE DI CALUSO O CALUSO**
- **GATTINARA**
- **GAVI O CORTESE DI GAVI**
- **GHEMME**
- **NIZZA**

- **ROERO**
- **RUCHÈ DI CASTAGNOLE MONFERRATO**

D.O.C.

- **ALBA**
- **ALBUGNANO**
- **BARBERA D'ALBA**
- **BARBERA DEL MONFERRATO**
- **BOCA**
- **BRAMATERRA**
- **CALOSSO**
- **CANAVESE**
- **CAREMA**
- **CISTERNA**
- **COLLI TORTONESI**
- **COLLINA TORINESE**
- ✓ **COLLINE NOVARESI**
- **COLLINE SALUZZESI**
- **CORTESE ALTO MONFERRATO**
- **COSTE DELLA SESIA**
- **DOLCETTO D'ACQUI**
- **DOLCETTO D'ALBA**
- **DOLCETTO D'ASTI**
- **DOLCETTO DI OVADA**
- **FARA**
- **FREISA D'ASTI**
- **FREISA DI CHIERI**
- **GABIANO**
- **GRIGNOLINO D'ASTI**
- **GRIGNOLINO DEL MONFERRATO CASALESE**
- **LANGHE**
- **LESSONA**
- **LOAZZOLO**
- **MALVASIA DI CASORZO D'ASTI O CASORZO**
- **MALVASIA DI CASTELNUOVO DON BOSCO**
- **MONFERRATO**
- **NEBBIOLO D'ALBA**
- **PIEMONTE**
- **PINEROLESE**
- **RUBINO DI CANTAVENNA**
- **SIZZANO**
- **STREVI**
- **TERRE ALFIERI**
- **VALLI OSSOLANE**
- **VALSUSA**
- **VERDUNO PELAVERRA O VERDUNO**

IG BEVANDE SPIRITOSE

- GRAPPA DI BAROLO
- GRAPPA PIEMONTESE / GRAPPA DEL PIEMONTE
- GENEPI DEL PIEMONTE
- GÉNÉPI DES ALPES / GENEPI DEGLI ALPI (TRANSFRONTALIERA)

VINI AROMATIZZATI

- VERMOUTH DI TORINO

PRODUZIONI CERTIFICATE SISTEMA QUALITA' NAZIONALE ZOOTECNIA

- VITELLONE E/O SCOTTONA AI CEREALI
- FASSONE DI RAZZA PIEMONTESE

INDICARE SINTETICAMENTE GLI OBIETTIVI DEL PROGETTO DI COOPERAZIONE CHE SI VUOLE PROPORRE

L'obiettivo del progetto è quello di realizzare e promuovere una nuova offerta di prodotti del territorio e servizi digitali accessori, nel mercato locale di riferimento in linea con i nuovi modelli di consumo alimentare, per aumentare la potenzialità di vendita delle imprese agricole produttrici. La nuova offerta permetterà di soddisfare i consumatori "tipo" delle ultime generazioni delle aree urbane e sub-urbane delle città che richiedono sempre più un "consumo down", responsabile e consapevole, cioè:

- comperare meno, spendere meno ma mangiare meglio;
- maggiore sensibilità ambientale;
- rispetto della tradizione e del territorio.

Quindi lo sviluppo del progetto consisterà in un lavoro promozionale sistematico sulle varie piattaforme digitali e partecipazione ad eventi a livello locale per **promuovere l'offerta del fine food regionale piemontese della zona dei colli novaresi, in particolare nella zona dei "Talunit"** che possa soddisfare i nuovi modelli di consumo come sopra indicati nella ricerca da parte del consumatore di:

- ✓ alta qualità e trasparenza della tracciabilità delle materie prime, del territorio regionale identificato sopra, rispettando le regole di lavorazione dei terreni per ottenere prodotti sani e garanzia di una maggiore sicurezza alimentare.

L'obiettivo del progetto riguarderà anche lo sviluppo di una innovativa piattaforma web per permettere un contatto diretto e "informato" tra i produttori ed i consumatori. Questi ultimi infatti esigono sempre più maggiore qualità nel servizio e nelle informazioni fornite sul prodotto, e utilizzano contemporaneamente diversi canali di acquisto dei prodotti, tra cui quello digitalizzato e privilegiando quelli più diretti. Offrire al consumatore locale (entro 70 km) una risposta/esperienza e un servizio al giusto prezzo nella ricerca e acquisto del prodotto fine food del territorio, anche promuovendolo tramite web nei canali b2b e b2c e dei Gruppi di Acquisto attraverso applicazioni e un nuovo sito web, oggi non esistente:

MARKETPLACE – esperienza di acquisto altamente personalizzata, coinvolgente ed interattiva, un'esperienza di acquisto facile, veloce, intuitiva capace di conquistare il cliente/consumatore e fidelizzarlo attraverso una descrizione del prodotto e del produttore, non semplicemente informativa, ma di alto valore in ambito gastronomico, storico e culturale; un'esperienza di acquisto dei consumatori finali altamente engaging, caratterizzata da un elevato livello di interconnettività, interattività interoperabilità tra produttori e clienti, riducendo le fasi di intermediazione commerciale e migliorando la competitività delle imprese agricole produttrici.

HUB INFORMATIVO E FORMATIVO – Conoscenza dei brand con sviluppo di attività di web marketing e blog dove esperti e associazioni di categoria regionali tratteranno ognuno per la propria area di competenza. Implementazione e gestione appropriata dei principali strumenti on line per sviluppare e mantenere una relazione di fiducia con i clienti (social networks, blog, newsletters, attività di direct marketing e inbound marketing, ecc.). Offerta formativa che permetta di conoscere direttamente i luoghi da dove hanno origine i prodotti, incontrare i produttori e approfondire le tradizioni produttive e culinarie. Quindi comparare i prodotti, oltre che in base al prezzo, in base all'impiego per abbinamenti e utilizzi in ricette regionali, favorendo indirettamente la promozione della tradizione e della storia culinaria locale.

ON-LINE – Favorire primo acquisto e fidelizzazione. Aumentare frequenza d'acquisto, cross selling e up selling. Sviluppare e promuovere una chiara, semplice e sicura usability responsive per l'allineamento alle esigenze mobile di una connessione in tempo reale del consumatore moderno; far interagire il contesto virtuale con quello reale attraverso l'utilizzo della tecnologia QR ed RFID per l'etichettatura e tracciabilità dei prodotti.

