

**AVVISI PUBBLICI REGIONALI DI ATTUAZIONE PER L'ANNO 2015 DEL TIPO DI  
OPERAZIONE 16.1.01 "GRUPPI OPERATIVI DEL PEI PER LA PRODUTTIVITÀ E LA  
SOSTENIBILITÀ DELL'AGRICOLTURA"  
FOCUS AREA 2A, 4B, 4C, 5A E 5E DGR N. 2268  
DEL 28 DICEMBRE 2015**

**RELAZIONE TECNICA**  **INTERMEDIA**  **FINALE**

**DOMANDA DI SOSTEGNO** 5005240

**DOMANDA DI PAGAMENTO** 5160037

**FOCUS AREA: 2A**

Titolo Piano	PARMAGGREGA: aggregazione produttori PR per la creazione di una filiera corta di vendita diretta attraverso i social media
Ragione sociale del proponente (soggetto mandatario)	Fondazione CRPA Studi Ricerche
Elenco partner del Gruppo Operativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FONDAZIONE CRPA STUDI E RICERCHE</li> <li>• CENTRO RICERCHE PRODUZIONI ANIMALI SpA</li> <li>• SOCIETA' AGRICOLA DELSANTE ELVEZIO E SAVERIO SOCIETA' SEMPLICE</li> <li>• LATTERIA SOCIALE SAN PIER DAMIANI SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA</li> </ul>

Durata originariamente prevista del progetto (in mesi)	24
Data inizio attività	17-12-2017
Data termine attività (incluse eventuali proroghe già concesse)	19-03-2020

Relazione relativa al periodo di attività dal	1-11-2018	19-03-2020
Data rilascio relazione	07-05-2020	

Autore della relazione	Dr. Alberto Menghi		
telefono		email	a.menghi@fondazionecrpa.it

## 1. Descrizione dello stato di avanzamento del Piano

Il Piano del GOI Parmaggrega è composto dall'Esercizio della cooperazione, da studi preliminari necessari alla realizzazione del piano (Azione 1), dalla Creazione della piattaforma/prototipo per la vendita diretta al consumatore (Azione 2), dalla creazione delle certificazioni necessarie, della logistica e valorizzazione della Responsabilità Sociale di Impresa (Azione 3), dall'Aggregazione dei produttori (Azione 4). Inoltre, sono previsti un Piano di divulgazione e di trasferimento dei risultati, con implementazione della rete PEI, e un'attività di Formazione rivolta alle aziende agricole partner del GOI.

Lo stato di avanzamento del Piano, dopo 27 mesi (inclusi 3 mesi di proroga) dal suo avvio, comprende la totale esecuzione dell'Esercizio della cooperazione e delle Azioni previste dal Piano di Innovazione.

E' stata effettuata la divulgazione dei risultati, anche se a differenza di quanto previsto dal PI, il convegno finale è stato condotto in forma di webinar a causa delle restrizioni vigenti in tema di COVID19 dalla fine di febbraio in poi. E' stata inoltre realizzata una collaborazione fattiva con le reti PEI in particolare con il progetto Eurodairy.

E' stata realizzata l'attività di formazione.

Nel complesso lo svolgimento del Piano di Innovazione è stato in linea con la tempistica prevista, e solo per il completamento di alcune attività relative in particolare alle attività di certificazione della filiera è stata richiesta una proroga di 3 mesi.

### 1.1. Stato di avanzamento delle azioni previste nel Piano

Azione	Unità aziendale responsabile	Tipologia attività	Mese inizio attività previsto	Mese inizio attività effettivo	Mese termine attività previsto*	Mese termine attività effettivo
Cooperazione	FCSR, CRPA	Coordinamento e monitoraggio	1	1	24	27
Azione 1	FCSR, CRPA,	Studi necessari alla realizzazione del piano	1	1	10	9
Azione 2	FCSR, CRPA, Az Agricola Delsante, Caseificio San Pier Damiani	Creazione della piattaforma/prototipo per la vendita diretta al consumatore	1	1	24	27
Azione 3	FCSR, CRPA, Az Agricola Delsante, Caseificio San Pier Damiani	creazione delle certificazioni necessarie, della logistica e valorizzazione della Responsabilità Sociale di Impresa	1	1	24	27
Azione 4	FCSR, CRPA, Az Agricola Delsante, Caseificio San Pier Damiani	Aggregazione dei produttori	1	1	24	27
Divulgazione	FCSR, CRPA	Divulgazione	9	12	24	27
Formazione	FCSR Az Agricola Delsante, Caseificio San Pier Damiani	Coaching aziendale	4	11	24	27

## 2. Descrizione per singola azione

### 2.1. Attività e risultati

Azione	Esercizio della cooperazione
Unità aziendale responsabile	FCSR, CRPA
Descrizione delle attività	<p><i>descrizione delle attività svolte per il raggiungimento degli obiettivi previsti dall'azione</i></p> <p>Il comitato del Piano si è continuato a riunire come da progetto per svolgere:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- il monitoraggio e il controllo tecnico;</li><li>- il monitoraggio e il controllo amministrativo e finanziario.</li></ul> <p>Le attività di project management sono state svolte da FCSR con il supporto di CRPA, verificando il corretto svolgimento delle attività del Piano, seguendo le comunicazioni che riguardano la sua gestione, i passaggi di informazioni, la programmazione e la gestione delle attività di divulgazione/informazione. Tali attività sono supportate dal sistema di gestione della qualità (SGQ) di FCSR, conforme alla norma ISO 9001:2008.</p> <p>Le attività di project management sono state svolte da FCSR con il supporto di CRPA, verificando il corretto svolgimento delle attività del Piano, seguendo le comunicazioni che riguardano la sua gestione, i passaggi di informazioni, la programmazione e la gestione delle attività di divulgazione/informazione. Tali attività sono supportate dal sistema di gestione della qualità (SGQ) di FCSR, conforme alla norma ISO 9001:2008.</p>
Grado di raggiungimento degli obiettivi, scostamenti rispetto al piano di lavoro, criticità evidenziate	<p><i>descrivere in che misura sono stati raggiunti gli obiettivi previsti, giustificando eventuali scostamenti dal progetto originario. Analizzare eventuali criticità tecnico- scientifiche emerse durante l'attività</i></p> <p>Lo stato di avanzamento del Piano, in relazione all'esercizio della cooperazione, è conforme agli obiettivi previsti. Le riunioni del comitato del Piano di Innovazione si sono tenute regolarmente con cadenza mensile e in caso di necessità con maggiore frequenza.</p> <p>Le attività di esercizio della cooperazione, si sono svolte così come indicato dal Piano di Innovazione, la partecipazione delle aziende a questo riguardo è stata molto attiva.</p>

Azione	Azione 1 – Studi necessari alla realizzazione del Piano
Unità aziendale responsabile	FCSR, CRPA
Descrizione delle attività	<p><i>descrizione delle attività svolte per il raggiungimento degli obiettivi previsti dall'azione 1</i></p> <p>La fase 1 (Analisi organizzativa delle strutture di produzione e di trasformazione coinvolte) ha previsto un'analisi degli attuali rapporti esistenti all'interno del caseificio sociale e permesso l'individuazione della forma di governance e societaria migliore per la gestione del prodotto e della relativa logistica nell'ottica della commercializzazione di una parte del prodotto on-line tramite i social media.</p> <p>La fase 2 (Analisi delle principali forme di vendita on-line dei prodotti alimentari, tramite le principali piattaforme esistenti) In questa fase sono state censite le principali piattaforme di vendita dei prodotti alimentari on-line (Amazon, Alibaba, Ebay ecc). In questa fase è stata analizzata la contrattualistica relativa alla realizzazione di una piattaforma e-commerce e le forme di pagamento necessarie al supporto della piattaforma.</p> <p>La fase 3 (Analisi del packaging) In questa fase sono stati promossi degli incontri e dei contatti con il Centro Interdipartimentale per il Packaging CIPACK nella persona del Prof Giuseppe Vignali e collaboratori con i quali è stato possibile effettuare una verifica dei materiali esistenti per la commercializzazione dei formaggi on-line. Questo ha permesso di finalizzare lo studio del packaging in funzione dei potenziali mercati di destinazione del prodotto. Sono stati inoltre presi contatti con ditte confezionatrici per valutare la possibilità di tecnica ed economica di realizzazione e acquisto di determinati tipi di packaging.</p> <p>La fase 4, (Analisi preliminari per preparare la "piattaforma" di vendita on-line) In questa fase con la collaborazione del fornitore di servizi di webmarketing (Stylum-Disko) è stato possibile studiare il mercato attuale e potenziale da un'analisi mirata del settore dei formaggi e della attuale vendita on-line per questi prodotti. Identificare il Target dell'acquirente online e profilarlo. Identificare gli elementi per differenziarsi nel posizionamento (in particolare, facendo leva sulle caratteristiche intrinseche aziendali, storia, territorio etc e sulla responsabilità sociale di impresa). In particolare in questa fase è stata rilevata l'importanza delle visite al caseificio da parte dei consumatori per cui si è deciso di puntare molto su questa attività. È stato possibile monitorare le migliori piattaforme Social Network e interagire con gli utenti in rete per acquisire informazioni preliminari</p> <p>La fase 5 (Analisi comparto in Italia in alcuni dei principali Paesi Europei) In questa fase con la collaborazione del fornitore di servizi di webmarketing (Stylum-Disko) è stato possibile effettuare una analisi specifica di comparto sul mondo della vendita on-line del Parmigiano Reggiano. Sono stati individuati alcuni dei potenziali competitors, intesi sia come venditori e-commerce che come market place. In questa fase sono stati analizzati anche i livelli di prezzo praticati per il Parmigiano Reggiano. Questa ricerca ha permesso di effettuare una prima targettizzazione anche del cliente on-line per il PR. Il sondaggio effettuato per un eventuale coinvolgimento di influencer blogger al momento non ha dato esito positivo.</p> <p>La fase 6 (Identificazione delle certificazioni necessarie alle esportazioni) In collaborazione con il fornitore identificato per supportare il processo di certificazione (Gruppo Gelati) sono state identificate le necessarie certificazioni per favorire la vendita on-line e l'eventuale esportazione dei prodotti ed è stato impostato il processo e le procedure per ottenere le relative certificazioni. Questa fase è propedeutica alla fase 8 in cui è stato affrontato il tema della Responsabilità Sociale d'Impresa.</p>

	<p>La fase 7 (Analisi della logistica necessaria alla vendita del prodotto online) In questa fase in collaborazione con i partner di progetto e i fornitori di servizi si è verificata la logistica necessaria alla vendita on-line del prodotto a partire dal sistema di porzionatura, il packaging e etichettatura del prodotto con nuovo brand e con le certificazioni necessarie per l'eventuale export.</p> <p>La fase 8 (Valutazione e valorizzazione della responsabilità sociale ed etica dell'impresa zootecnica) In questa fase sono state prese in esame una serie di istanze interne ed esterne all'impresa, di natura socio-economica, aggiuntive al semplice profitto. Negli ultimi tempi infatti il prodotto non viene apprezzato unicamente per le caratteristiche qualitative esteriori o funzionali ma anche per le sue caratteristiche non materiali, quali le condizioni di fornitura, i servizi di assistenza e di personalizzazione, l'immagine ed infine la storia del prodotto stesso. L'identificazione di questi elementi può far emergere degli elementi chiave apprezzati dal consumatore da poter spendere nelle attività di marketing e commercializzazione del prodotto previste nelle fasi di realizzazione del progetto.</p> <p>La fase 9 (Studio della disponibilità all'aggregazione di altri produttori al di fuori del GO) In questa fase si è esplorata la possibilità di aggregare altri produttori del comprensorio per sfruttare lo stesso brand, lo stesso canale di vendita e gli investimenti pubblicitari dedicati al progetto. In questa fase si è trovata soprattutto disponibilità da parte di ditte che producono alimenti e bevande complementari al consumo del formaggio.</p>
<p>Grado di raggiungimento degli obiettivi, scostamenti rispetto al piano di lavoro, criticità evidenziate</p>	<p><i>descrivere in che misura sono stati raggiunti gli obiettivi previsti, giustificando eventuali scostamenti dal progetto originario. Analizzare eventuali criticità tecnico- scientifiche emerse durante l'attività</i></p> <p>Lo stato di avanzamento del Piano, in relazione all'Azione 1, è conforme agli obiettivi previsti e non si segnalano scostamenti dal progetto originario né particolari criticità tecnico-scientifiche emerse durante l'attività. Trattandosi il social media marketing di una materia in continua evoluzione alcune delle attività svolte negli studi preliminari andranno avanti anche durante la realizzazione del Piano di Innovazione a supporto delle attività in essere.</p>

Azione	Azione 2 – Creazione della piattaforma/prototipo per la vendita diretta al consumatore
Unità aziendale responsabile	FCSR, CRPA, Azienda Agricola Delsante, Caseificio SanPierDamiani
Descrizione delle attività	<p><i>descrizione delle attività svolte per il raggiungimento degli obiettivi previsti dall'azione 2</i></p> <p>Fase 1) In questa fase in collaborazione col fornitore Stylum è stata creata una nuova corporate identity del prodotto e del relativo packaging Studio del Naming e Claim per la nuova identità costituita Progettazione del nuovo Logo. In base alle analisi preliminari si è deciso di puntare sul rafforzamento della corporate identity del Caseificio supportata dalla lunga storia dell'Azienda Delsante in qualità di principale soci conferente. Sono stati individuati Individuare i migliori "nomi a dominio" per raggiungere il sito internet. Sono stati impostati i SEO organici (semantica con parole chiave "lunghe"). Sono stati definiti i formati e i packaging necessari alla vendita on-line. Si è provveduto a definire dei pack per ricorrenze speciali. Tali pack sono sviluppati in collaborazione con prodotti di altre ditte del territorio.</p> <p>Fase 2) In questa fase di è provveduto a alla progettazione di un nuovo sito internet dedicato al nuovo brand in grado di mettere il Caseificio e l'Azienda Delsante in diretto contatto col consumatore e permettere l'acquisto del prodotto on -line. Al momento il sito non è ancora fruibile</p> <p><i>Fase 3) Creazione e gestione della social community (facebook, twitter, youtube, Instagram, etc)</i></p> <p>In questa fase è stata realizzata la social community in grado di alimentare e informare i consumatori sui prodotti e sulle aziende coinvolte nel Piano di Innovazione. In particolare in base alle indagini preliminari si è ritenuto utile focalizzarsi sulla creazione di piattaforme social quali Facebook, Instagram e Twitter:</p> <p><a href="https://www.facebook.com/caseificio.sanpierdamiani/">https://www.facebook.com/caseificio.sanpierdamiani/</a></p> <p><a href="https://www.instagram.com/sanpierdamiani_3333/">https://www.instagram.com/sanpierdamiani_3333/</a></p> <p><a href="https://twitter.com/sdelsante">https://twitter.com/sdelsante</a></p> <p>I social sono stati aggiornati secondo il piano editoriale con la creazione di contenuti grafici e video relativi al processo produttivo e al territorio di produzione. Questo punto è di particolare importanza perché i contributi hanno visto il coinvolgimento in prima persona della famiglia Delsante e dei suoi dipendenti. immagini, video e altro materiale sono serviti a raccontare, il processo produttivo e i valori contenuti nel latte e nel formaggio che i potenziali acquirenti hanno poi potuto acquistare nella piattaforma di vendita. Il materiale prodotto è stato promosso tramite l'uso social media come previsto dal Piano di Innovazione che consente di acquisite visibilità in rete.</p> <p>Altri canali di promozione sono stati l'utilizzo di piattaforme web dedicate al turismo quali Tripadvisor e Airbnb.</p> <p><a href="https://www.tripadvisor.it/Attraction_Review-g187804-d7981125-Reviews-Caseificio_San_Pier_Damiani-Parma_Province_of_Parma_Emilia_Romagna.html">https://www.tripadvisor.it/Attraction_Review-g187804-d7981125-Reviews-Caseificio_San_Pier_Damiani-Parma_Province_of_Parma_Emilia_Romagna.html</a></p> <p><a href="https://www.airbnb.it/experiences/545297">https://www.airbnb.it/experiences/545297</a></p> <p>In queste piattaforme gli utenti interessati hanno potuto informarsi sulle attività di visite guidate svolte dal caseificio e hanno potuto prenotare direttamente le visite stesse.</p> <p><i>Fase 4) Cura dei contenuti in Rete</i></p> <p>In questa fase è stata attivata la parte rilevante relativa all'utilizzo delle mailing list per contattare i consumatori ed informarli sulle attività svolte</p>

	<p>dai partner di progetto. Questo è avvenuto come da cronoprogramma con l'invio delle newsletter su base quindicinale.</p> <p><i>Fase 5) Reportistica avanzata e adattamento del marketing in base ai risultati ottenuti</i></p> <p>In questa fase viene effettuato il monitoraggio e reportistica delle attività attraverso la creazione di una pagina di analytics dedicata all'e-commerce e ai siti social creati nelle fasi precedenti. Questa fase è stata determinante per capire come i consumatori hanno interagito con la piattaforma social creata e se queste interazioni hanno generato comportamenti di acquisto oppure no. In particolare lo studio della piattaforma Facebook consente di monitorare oltre 130 indicatori di attività sui social</p> <p><i>Fase 6) E' stata realizzata la logistica relativa alla vendita on-line, includendo il sistema di porzionatura, packaging e etichettatura del prodotto con nuovo brand e con le certificazioni necessarie.</i></p>
<p>Grado di raggiungimento degli obiettivi, scostamenti rispetto al piano di lavoro, criticità evidenziate</p>	<p><i>descrivere in che misura sono stati raggiunti gli obiettivi previsti, giustificando eventuali scostamenti dal progetto originario. Analizzare eventuali criticità tecnico- scientifiche emerse durante l'attività</i></p> <p>Le attività previste dall'azione 2 si sono svolte secondo cronoprogramma senza aver evidenziato particolari difficoltà rispetto alla realizzazione delle attività previste dal Piano di Innovazione.</p>

Azione	Azione 3 – Creazione delle certificazioni necessarie, della logistica e valorizzazione della Responsabilità Sociale di Impresa
Unità aziendale responsabile	FCSR, CRPA, Azienda Agricola Delsante, Caseificio SanPierDamiani
Descrizione delle attività	<p><i>descrizione delle attività svolte per il raggiungimento degli obiettivi previsti dall'azione</i></p> <p>Fase 1) In collaborazione con il Gruppo Gelati consulente scelto per l'implementazione delle procedure di certificazione sono attivate tutte le procedure necessarie all'implementazione di un sistema di tracciabilità e rintracciabilità del prodotto. E' stato realizzato il Manuale di Filiera e in particolare è stato implementato il sistema di rintracciabilità di filiera che include la rintracciabilità degli input aziendali e permette di attivare il Sistema di Rintracciabilità in conformità alla Norma Internazionale UNI EN ISO 22005:2008 queste attività sono tutte state focalizzate a supportare obiettivi di sicurezza alimentare e di qualità e nell'applicazione del Sistema di Autocontrollo HACCP.</p> <p>Le attività di valutazione relative all'implementazione degli standard GlobalGap hanno dato esito negativo. Gli investimenti necessari all'ottenimento di tale certificazioni erano troppo elevati e non sarebbero stati realizzati nei tempi previsti dal progetto.</p> <p>A tale proposito si è ritenuto opportuno quindi utilizzare il budget previsto per una differente attività di certificazione relativa alla certificazione di formaggio Parmigiano Reggiano ottenuto con latte A2A2 (un tipo di beta caseina che risulta creare meno intolleranze rispetto alle più comuni caseine A1 presenti del latte). A seguito quindi di una richiesta di variazione delle attività connesse alle attività di certificazione, si è provveduto ad analizzare geneticamente la mandria dell'azienda Agricola Delsante, per individuare le bovine e gli animali da rimonta geneticamente A2A2 sulla base di queste analisi è iniziata la produzione in caldaia di formaggio A2A2, in concomitanza il Gruppo Gelati ha realizzato il sistema di certificazione necessario a questo tipo di prodotto.</p> <p>Fase 2) Anche per le attività di certificazione è stato necessario iniziare il processo di implementazione nella logistica, includendo il sistema di porzionatura, packaging e etichettatura del prodotto con nuovo brand e con le certificazioni necessarie.</p> <p>Fase 3) Sono state attivate effettuate una serie di ricerche in grado di mappare gli elementi chiave della responsabilità sociale di impresa seguendo le indicazioni di Agenda 2030 realizzata dalle Nazioni Unite, sia nell'azienda Delsante sia nel Caseificio San Pier Damiani. Tale ricerca ha prodotto un documento che è stato reso pubblico nel sito web realizzato:  <a href="https://www.sanpierdamiani.com/wp-content/uploads/Responsabilit%C3%A0-sociale-dimpresa-1.pdf">https://www.sanpierdamiani.com/wp-content/uploads/Responsabilit%C3%A0-sociale-dimpresa-1.pdf</a></p>
Grado di raggiungimento degli obiettivi, scostamenti rispetto al piano di lavoro, criticità evidenziate	<p><i>descrivere in che misura sono stati raggiunti gli obiettivi previsti, giustificando eventuali scostamenti dal progetto originario. Analizzare eventuali criticità tecnico- scientifiche emerse durante l'attività</i></p> <p><i>Gli obbiettivi e gli avanzamenti di questa azione sono in linea con quanto previsto dal Piano di Innovazione. Le criticità incontrate durante la realizzazione del progetto relative alla certificazione GlobalGap, sono state sostituite con la realizzazione di una filiera del formaggio utilizzando latte A2A2.</i></p>



Azione	Azione 4 – Azione 4 Aggregazione dei produttori
Unità aziendale responsabile	FCSR, CRPA, Azienda Agricola Delsante, Caseificio SanPierDamiani
Descrizione delle attività	<p><i>descrizione delle attività svolte per il raggiungimento degli obiettivi previsti dall'azione</i></p> <p>L'azione 4 è stata realizzata come previsto nel Piano approvato. Sono infatti stati contattati alcuni produttori di eccellenze alimentari del territorio per sondare la loro disponibilità a commercializzare i propri prodotti tramite la piattaforma on-line prevista dal Piano di Innovazione e quali rapporti di collaborazione sarà possibile instaurare. Per il momento sono stati presi contatti con esito positivo dalle seguenti aziende:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. MIELE: Azienda agricola bio "il Laghetto" (Varsi Parma - montagna)</li> <li>2. ACETO: Cipof produttori ortofrutticoli (Modena)</li> <li>3. SALUMI: Salumificio Morbarigazzi (Parma)</li> <li>4. GELATINA DI LAMBRUSCO Cantina di Ariola (Parma)</li> </ol> <p>Oltre a queste aziende si è iniziato un percorso di aggregazione con altri caseifici del comprensorio per la commercializzazione on-line aggregata del Parmigiano-Reggiano. I caseifici che hanno aderito a questa iniziativa sono stati</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Latteria Villa Curta, (Reggio Emilia)</li> <li>2. Caseificio 4 Madonne (Modena)</li> <li>3. Antica Latteria Ducale (Modena)</li> <li>4. Caseificio Fior di Latte (Bologna)</li> </ol> <p>Gli incontri con i rappresentanti di questi caseifici si sono tenuti presso il Consorzio del Parmigiano-Reggiano per condividere attività comuni di vendita di prodotti on-line</p>
Grado di raggiungimento degli obiettivi, scostamenti rispetto al piano di lavoro, criticità evidenziate	<p><i>descrivere in che misura sono stati raggiunti gli obiettivi previsti, giustificando eventuali scostamenti dal progetto originario. Analizzare eventuali criticità tecnico- scientifiche emerse durante l'attività</i></p> <p>Rispetto ad una iniziale difficoltà ad aggregare produttori di Parmigiano-Reggiano, il coinvolgimento propositivo del Consorzio in questa attività è risultato fondamentale per la creazione di questo tipo di collaborazione.</p>

Azione	Piano divulgazione di trasferimento dei risultati e implementazione della rete PEI
Unità aziendale responsabile	FCSR, CRPA
Descrizione delle attività	<p><i>descrizione delle attività svolte per il raggiungimento degli obiettivi previsti dall'azione</i></p> <p>Il Piano di Innovazione impostato sulla creazione di una piattaforma/prototipo che poggia le sue basi sulla creazione di un brand che sarà presente sulle piattaforme social media per poter comunicare le peculiarità della produzione direttamente al consumatore. Questo permette di avere buona parte del lavoro svolto nell'ambito del progetto (contenuti, web, video, marketing etc.) disponibile online e quindi accessibile in ogni momento ad un pubblico illimitato di utenti. La piattaforma è stata completata dalla presenza sui diversi canali social Facebook e Instagram</p> <p><a href="https://www.facebook.com/caseificio.sanpierdamiani/">https://www.facebook.com/caseificio.sanpierdamiani/</a></p> <p><a href="https://www.instagram.com/sanpierdamiani_3333/">https://www.instagram.com/sanpierdamiani_3333/</a></p> <p><a href="https://twitter.com/sanpierdamiani">https://twitter.com/sanpierdamiani</a></p> <p>Inoltre l'aspetto relativo alle visite in caseificio e quindi al marketing territoriale sono state implementate mediante piattaforme specializzate quali:</p> <p><a href="https://www.tripadvisor.it/Attraction_Review-g187804-d7981125-Reviews-Caseificio_San_Pier_Damiani-Parma_Province_of_Parma_Emilια_Romagna.html">https://www.tripadvisor.it/Attraction_Review-g187804-d7981125-Reviews-Caseificio_San_Pier_Damiani-Parma_Province_of_Parma_Emilια_Romagna.html</a></p> <p><a href="https://www.airbnb.it/experiences/545297">https://www.airbnb.it/experiences/545297</a></p> <p>Sono stati inoltre prodotti i tre comunicati stampa previsti durante la realizzazione del progetto.</p> <p>Il convegno finale inizialmente programmato per il 17 marzo 2020 presso il caseificio San Pier Damiani è stato cancellato a causa delle disposizioni sanitarie in tema di COVID19. In alternativa si è tenuto un seminario divulgativo sotto forma di webinar il giorno 9 aprile al mattino. A tale iniziativa hanno partecipato da remoto 86 utenti, oltre ai 3 relatori.</p> <p>Riguardo all'implementazione delle reti PEI L'azienda Delsante è stata inserita tra le 120 Aziende Pilota per l'innovazione della rete tematica Eurodairy. A tale proposito è stato realizzato un video divulgativo sul GO Parmaggrega sottotitolato in inglese che ha permesso una diffusione di questo progetto oltre i confini nazionali.</p> <p><a href="https://eurodairy.eu/case-studies/delsante-selling-cheese-through-social-media-vendere-formaggio-tramite-i-social-media/">https://eurodairy.eu/case-studies/delsante-selling-cheese-through-social-media-vendere-formaggio-tramite-i-social-media/</a></p> <p>Inoltre il video è stato pubblicato nel canale Youtube EIP-AGRI relativo ai gruppi operativi</p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=EGFCeLT_Lc&amp;list=PLQHsDjdmgjNOUdXCeBGRJvaxt9gsmNXFu&amp;index=3">https://www.youtube.com/watch?v=EGFCeLT_Lc&amp;list=PLQHsDjdmgjNOUdXCeBGRJvaxt9gsmNXFu&amp;index=3</a></p> <p>L'esperienza del Gruppo Operativo Parmaggrega è stata inoltre presentata in 2 eventi promossi dall'EIP-AGRI:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Agri Innovation Summit tenutosi il 25 e 26 giugno 2019 a Lisieux (Francia) dove è stata presente la Fondazione CRPA</li> <li>2) New Skills for digital farming tenutosi il 5-6 febbraio 2020 ad Aranjuez (Spagna) dove è stato presente l'Azienda Agricola Delsante</li> </ol>

<p>Grado di raggiungimento degli obiettivi, scostamenti rispetto al piano di lavoro, criticità evidenziate</p>	<p><i>descrivere in che misura sono stati raggiunti gli obiettivi previsti, giustificando eventuali scostamenti dal progetto originario. Analizzare eventuali criticità tecnico- scientifiche emerse durante l'attività</i></p> <p>Le attività di divulgazione si sono svolte secondo le indicazioni del Piano di Innovazione. L'unica eccezione è stata il convegno finale che a causa delle restrizioni sanitarie COVID19 si è ritenuto opportuno svolgere tramite webinar on-line.</p>
--	---

## 2.2. Personale

*Elencare il personale impegnato, il cui costo è portato a rendiconto, descrivendo sinteticamente l'attività svolta. Non includere le consulenze specialistiche, che devono essere descritte a parte.*

Ente + Nome	Mansione/qualifica	Attività svolta nell'azione	Ore	Costo
DEL SANTE	operaio	azione 2	1343	19.554,08
DEL SANTE -	operaio	azione 2	872	11.963,84
DEL SANTE -	operaio	cooperazione	680	9.329,60
FCSR	ricercatore senior	azione 3	60	2.088,60
FCSR	ricercatore senior	azione 4	70	2.436,70
FCSR	ricercatore senior	divulgazione	40	1.392,40
FCSR	ricercatore senior	azione 2	638	22.208,34
FCSR	ricercatore senior	azione 2	141	4.944,87
FCSR-	ricercatore senior	azione 3	41	1443,2
FCSR	ricercatore junior	azione 4	265	7.123,20
CRPA	amministrativo	cooperazione	81	2149,11
CRPA	segreteria	divulgazione	48	1079,84
CRPA	tecnico	divulgazione	3	66,96
CRPA	ricercatore junior	cooperazione	35	1419,87
CRPA	ricercatore senior	cooperazione	129	5084,46
CRPA	ricercatore junior	cooperazione	138	3511,87
<b>Totale:</b>			<b>95.796,94</b>	

## 2.2. Trasferte

Cognome e nome	Descrizione	costo
	<b>10.07.2018</b> : incontro azienda DELSANTE	€13,64
	<b>12.07.2018</b> : raccolta dati azienda DALSANTE	€13,64
	<b>30.08.2018</b> : Riunione partner progetto e raccolta dati	€13,64
	<b>08.10.2018</b> : Incontro partner e raccolta dati	€13,64
	<b>09.10.2018</b> : Partecipazione a workshop Community Boost x uso social media	€69,80
	<b>10.12.2018</b> : Incontro partner e raccolta dati	€13,64
	<b>24.06.19-26.06.19</b> : Presentazione PARMAGGREGA a Agri Innovation Summit (EIP-AGRI)	€129,60
	<b>15.07.2019</b> : Incontro partner e raccolta dati	€15,50

	19.07.2019 : Incontro partner e raccolta dati	€15,50
	20.08.2019 : Incontro partner e raccolta dati	€13,64
	10.10.2019 : Incontro partner e raccolta dati	€13,64
	17.10.2019 : Incontro partner e raccolta dati	€13,64
	<b>Total</b>	<b>€339,52</b>

### 2.3. Materiale consumabile

Fornitore	Descrizione materiale	Costo
-----------	-----------------------	-------

### 2.4. Spese per materiale durevole e attrezzature

Fornitore	Descrizione dell'attrezzatura	Costo
	Totale:	

### 2.5. Materiali e lavorazioni direttamente imputabili alla realizzazione dei prototipi

*Descrivere i prototipi realizzati e i materiali direttamente imputabili nella loro realizzazione*

Fornitore	Descrizione	Costo
	Totale:	

### 2.6. Attività di formazione

*Descrivere brevemente le attività già concluse, indicando per ciascuna: ID proposta, numero di partecipanti, spesa e importo del contributo richiesto.*

Entrambe le attività di coaching previste dal Piano di innovazione sono state realizzate:

AZIENDA PARTECIPANTE	CUAA	N° PROPOSTA E TITOLO CATALOGO VERDE	COSTO UNITARIO
Beneficiario 02	00967030347	COACHING PROP. n. 5004966	496 €
Beneficiario 03	00161210349	COACHING PROP. n. 5004966	496 €

## 2.7. Collaborazioni, consulenze, altri servizi

### CONSULENZE - PERSONE FISICHE

Nominativo del consulente	Importo contratto	Attività realizzate / ruolo nel progetto	Costo
<b>Totale:</b>			

### CONSULENZE - SOCIETÀ

Ragione sociale della società di consulenza	Referente	Importo contratto	Attività realizzate / ruolo nel progetto	Costo
DISKO ITALIA SRL		170.000,00	Communication strategy	107.000,00
GRUPPO GELATI		16.650,00	Intervento di consulenza per realizzazione progetto Filiera Controllata	6.000,00
ARA PIEMONTE		1.921,50	Determinazione varianti beta caseina	1.848,50
DYNAMIC GEN SAS		6.000,00	Servizio Genotipizzazione mandria e ricerca marker Betacaseine e Kappacaseine	6.000,00
			<b>Totale</b>	<b>120.848,50</b>

## 2.8. Criticità incontrate durante la realizzazione dell'attività

<b>Criticità tecnico-scientifiche</b>	Non sono state riscontrate delle criticità tecniche o scientifiche durante la realizzazione delle attività previste.
<b>Criticità gestionali</b> (ad es. difficoltà con i fornitori, nel reperimento delle risorse umane, ecc.)	
<b>Criticità finanziarie</b>	Non sono state riscontrate delle criticità di carattere finanziario da parte dei soggetti partecipanti al Gruppo Operativo Parmaggrea

### **3. Altre informazioni**

*Riportare in questa sezione eventuali altri contenuti tecnici non descritti nelle sezioni precedenti*



#### **4. Considerazioni finali**

*Riportare qui ogni considerazione che si ritiene utile inviare all'Amministrazione, inclusi suggerimenti sulle modalità per migliorare l'efficienza del processo di presentazione, valutazione e gestione di proposte da cofinanziare*

#### **5. Relazione tecnica**

*DA COMPILARE SOLO IN CASO DI RELAZIONE FINALE*

*Descrivere le attività complessivamente effettuate, nonché i risultati innovativi e i prodotti che caratterizzano il Piano e le potenziali ricadute in ambito produttivo e territoriale*

Data 08/05/2020

IL LEGALE RAPPRESENTANTE  
(documento firmato digitalmente)

.....