



Comune di ITRI

## Il comune di ITRI

in collaborazione con

Associazione SER.A.L.



Verbale primo e secondo workshop  
Progetto Marketing strategico Oliva itrana e Olio

### Sintesi del programma sviluppato

Nel periodo che va dal giorno 8 al 24 luglio 2009 si è svolta una prima fase del programma che usa la metodologia della formazione-intervento per realizzare il progetto di marketing strategico per il territorio sul quale si produce e si lavora l'oliva itrana. Nei due giorni indicati si sono tenuti, presso la sala del Consiglio Comunale di Itri, i due workshop, cioè l'incontro e il dibattito con gli attori del territorio coinvolti nel programma, mentre nel periodo intermedio si è sviluppata una prima ricognizione sulla situazione di partenza e sugli stakeholder da coinvolgere. Nella metodologia usata l'intera iniziativa svolta viene chiamata la fase di "condivisione strategica".

Essa serve per condividere con i principali attori interessati al tema da sviluppare la finalità dell'iniziativa, la metodologia da adottare e l'impegno a realizzare la "progettualità partecipata" necessaria.



**Il giorno 8** si è richiamata la motivazione di partenza e si è fatta una prima illustrazione della metodologia che si sarebbe usata, mostrando dove altrove essa è stata già applicata (in SER.A.F. sul territorio del Cesanese).

**Il giorno 24** si è approfondita la conoscenza della metodologia e quella parte di essa che si chiama: "progettazione partecipata". Si è inoltre condivisa la composizione dei gruppi di

lavoro per formulare e formalizzare la strategia che si proporrà di perseguire per promuovere il territorio e i suoi prodotti, ma anche per realizzare quei miglioramenti che consentano di accrescere il valore dell'offerta da promuovere.



Nel periodo intermedio la consulenza ha visitato e incontrato quegli sponsor che potevano intervenire nel rafforzare il gruppo di progetto allargando l'informazione sull'iniziativa. Essa ha inoltre visitato il Consorzio UNAGRI per rilevare primi aspetti relativi alla lavorazione e alla commercializzazione dei due prodotti.

Essa ha inoltre fatto una ricerca sui siti web che trattano il tema oggetto dell'intervento. La dott.ssa Maria Ausilia Mancini di Impresa Insieme ha riportato i risultati della ricerca sulle slide presentate nel corso del workshop del 24.

Di seguito si riportano alcuni elementi maggiormente dibattuti e le decisioni prese per attivare la fase successiva, di "progettazione partecipata", nonché informazioni sugli strumenti utili per il funzionamento della community che si è venuta a formare. La nota è abbastanza articolata per dare modo alle persone, che si volessero aggiungere per contribuire alla realizzazione del risultato finale, di conoscere a che punto si è giunti.

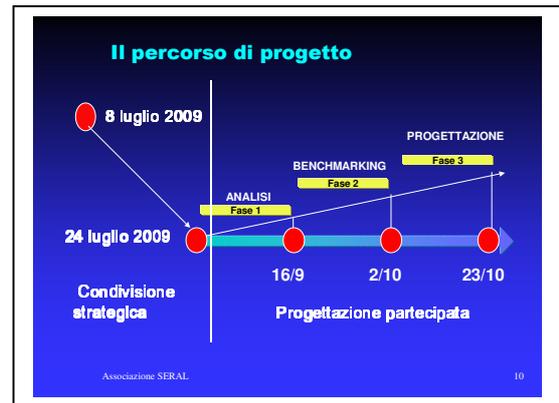
## Programma

Il programma si compone essenzialmente di due fasi:

- una fase di condivisione strategica, già realizzata e
- una fase di progettazione partecipata che è iniziata dopo il 24 di Luglio e che si concluderà il 23 ottobre.

La seconda fase deve portare a formulare e a formalizzare in uno specifico documento una strategia di intervento per valorizzare e promuovere il territorio e i suoi prodotti e viceversa.

Nel corso del workshop del 24 luglio i partecipanti hanno convenuto di dividere il lavoro da fare in sei parti e costituire un gruppo di lavoro interdisciplinare per ciascuna delle sei parti.



1. Strategie	<i>Amministratori, Produttori, Accoglienza, Provincia</i> Ass. Spigno Giulio Santilli, Francesco Paolo Arzano, Angela Tedesco, Sindaco Itri Giovanni Agresti
2. Marketing e comunicazione	Emanuele Tanasi (UNPLI- Pro-Loco SS Cosma), Flaminio D'Urso, Vice Sindaco SS Cosma Vincenzo Petruccelli, Camillo Tatta (UNPLI- Pro-Loco Itri),
3. Tecnologia e Qualità	Ass. Spigno Giulio Santilli, Pres. Frantoi Laziali – Paolo Di Fonzo, Rosato Giuseppe, Bruno Falso, Pres. UNAGRI Domenico Franchi, Franco Zuena
4. Organizzazione	Ass. Campodimele Francesco Pannozzo, Ass. Fernando Magnifico
5. Finanziamenti	Giuseppe Suprano (UNAGRI), Giuseppe Vallone (Spigno), Banca Popolare di Fondi, mone dei Paschi di Siena
6. Cultura e formazione	<i>Strutture di formazione, Scuole, Regione, Provincia, Università</i> Maria Giovanna Ruggieri, Marino Pecchia (Pro-Loco Campodimele), Ass. Spigno Elisapia Orgera

Associazione SERAL 15

Dopo una fase interessante di negoziazione, i partecipanti hanno concluso che la composizione dei gruppi è quella riportata nella tabella della slide formalizzata assieme.

Da ora in poi ciascun gruppo svilupperà la sua progettazione sul tema affidato e confronterà il suo lavoro con quello degli altri gruppi così da facilitare poi la integrazione dei sei contributi in un documento unico di piena soddisfazione per tutti.

Le persone dei rispettivi gruppi possono raccogliere anche altre persone nel proprio ambito, così da poter contare sulle competenze maggiormente utili alla realizzazione del proprio

progetto, allargare anche l'area della condivisione dell'iniziativa e il numero delle persone che stabiliscono relazioni positive tra loro aumentando così il capitale sociale del territorio comune.

La progettazione sarà sviluppata, in parte nei workshop previsti e in parte durante i periodi intermedi di project work, su un set di slide standard fornite dalla manualistica della metodologia così articolate:

1. Scenario:
2. Obiettivo
3. Analisi
4. Benchmarking
5. Progettazione
6. Apprendimento

La spiegazione di ciascun elemento da sviluppare è riportata nel Manuale della Formazione Intervento che sarà fornito a ciascun gruppo e sarà comunque illustrata maggiormente nel prossimo workshop.

Il lavoro in progress sarà seguito e supportato dalla consulenza tramite lo scambio delle slide, via e-mail. Il referente di ciascun progetto invierà le slide condivise dal proprio gruppo all'indirizzo: [renatodigregorio@impresainsieme.com](mailto:renatodigregorio@impresainsieme.com). e ciò consentirà un supporto in itinere al lavoro di progettazione.

La parte iniziale della progettazione, lo scenario, è stato in parte già sviluppato mediante un “brain storming” effettuato in plenaria di cui gli elementi essenziali vengono di seguito riportati.

## **Lo Scenario**

Lo scenario, nella metodologia, è la riflessione che motiva l’impegno progettuale e anticipa un po’ la fase di analisi, anche se alcune considerazioni provengono da una rilevazione “a volo di uccello”. Esso si articola in quattro aree di indagine:

- a. Sollecitazioni
- b. Opportunità
- c. Criticità
- d. Vincoli

Riportiamo alcune prime acquisizioni pronti a rivederle nel corso dei successivi approfondimenti.

### a. Sollecitazioni

Sono le pressioni che dall’esterno motivano la realizzazione di un progetto.

1. il mercato dei prodotti in questione è oggetto di una forte competizione a livello mondiale
2. i competitor crescono di dimensione e controllano il mercato “globale”,
3. il mercato suggerisce di puntare ad una specificità e a difendersi dalle contraffazioni
4. il territorio gode di un turismo prevalentemente estivo, mentre si rileva la crescita di un turismo culturale che può essere intercettato se territorio e prodotto si promuovono vicendevolmente,
5. la comunità chiede maggiore occupazione locale e i giovani potrebbero trovarla nei settori tipici dell’accoglienza integrata

### b. Opportunità

Sono i vantaggi che si intravedono se si realizza un progetto sul tema:

1. la doppia offerta (prodotto e territorio) rafforza il vantaggio di ciascuno (dei produttori che devono vivere del business e degli amministratori che si devono curare dell’occupazione)
2. unendo le iniziative e le forze si può far ricorso a fonti diverse di finanziamento e integrarle così da avere un patrimonio da investire maggiore,
3. investendo, assieme, si può cogliere il vantaggio delle parti finali del processo produttivo e non accontentarsi solo della gestione della parte iniziale, quella agricola, più faticosa e meno remunerativa
4. l’integrazione tra i diversi attori del territorio e la valorizzazione del territorio e dei suoi prodotti fa crescere anche la valorizzazione della cultura della comunità locale e il senso di appartenenza dei cittadini aumentando “il capitale sociale” e la “fiducia”
5. un ambiente coeso con un elevato capitale sociale fa crescere meglio i giovani e favorisce il loro orientamento sia umano che professionale

### c. Criticità

Sono quelle difficoltà che si conta di superare con la realizzazione del progetto

1. i produttori sono numerosi, con poca capacità negoziale rispetto al mercato di acquisto del prodotto primario (le olive), prevalentemente napoletano e con un fiato economico corto (scarsi finanziamenti).
2. la capacità trasformativa del prodotto non è sufficiente rispetto alla produzione agricola,
3. la tecnologia usata nelle diverse fasi del processo produttivo potrebbe evolvere a vantaggio dei costi, della qualità e del “time to market”,
4. la comunicazione sviluppata dalla diverse organizzazioni potrebbe essere maggiormente integrata a vantaggio dell’attrattività complessiva del territorio e dei suoi prodotti
5. la progettualità integrata ai fini dell’uso delle risorse acquisibili dalle diverse fonti erogatrici va migliorata e meglio orientata

6. il problema ambientale derivante dagli sfridi di lavorazione (es: risultati della potatura in agricoltura e scarti della lavorazione dell'olio in produzione), è uno dei problemi di cui occuparsi come una responsabilità collettiva

#### d. Vincoli

Sono le condizioni e gli ambiti entro cui si deve muovere il progetto

1. il tempo per la realizzazione del progetto è quello che arriva fino a 30 di ottobre
2. la metodologia da utilizzare è quella della formazione-intervento
3. l'area coinvolta nella progettazione è quella dei Comuni aderenti all'Associazione SER.A.L. sul cui territorio si produce l'oliva itrana
4. le risorse economiche per sostenere il progetto sono quelle rese disponibili dall'Associazione SER.A.L. e ricavate dai risparmi della Legge 30,
5. il tema oggetto dell'intervento è quello che ruota intorno all'oliva itrana (le sue principali e caratteristiche lavorazioni) e all'olio che da essa si ricava, ma che coniuga tutti gli altri aspetti che caratterizzano il territorio e che reciprocamente possono positivamente procurare un vantaggio alla comunità dei territori dei Comuni coinvolti.

### Strumenti

I partecipanti al programma possono trovare il materiale che viene utilizzato nel corso dei workshop e che può essere di dominio pubblico sul portale web dell'Associazione all'indirizzo [www.associazioneseral.it](http://www.associazioneseral.it). I verbali e le note riservate saranno conservate nel box del sito riservato ai partecipanti e accessibile all'indirizzo: [www.associazioneseral.it/box](http://www.associazioneseral.it/box) mediante una password personale attribuita dalla segreteria dell'Associazione.



È stato anche ricordato che è comunque già disponibile il portale di marketing territoriale a disposizione di tutti i cittadini dei Comuni associati a SER.A.L. che può essere utilizzato gratuitamente.

Per aiutare gli imprenditori locali a utilizzarlo per promuovere se stessi e la propria impresa un consulente di Impresa Insieme (la dott.ssa Margherita Coreno) ha visitato i più significativi e resta a disposizione per ogni eventuale necessità di supporto al riguardo.

### Finanziamenti

Mentre si è sviluppato il programma necessario a sviluppare la progettualità degli attori locali, si è anche portato sul tavolo il tema del finanziamento pubblico ed in particolare del PIT in agricoltura. Al riguardo tre comuni, con capofila Campodimele, ha presentato una manifestazione di interesse per la realizzazione di un PIT al riguardo, mentre si vanno muovendo i Parchi per trovare un'area più larga di collaborazione. Il presidente di SER.A.L., Giovanni Agresti, ha convenuto sulla necessità di stabilire un'integrazione tra le iniziative in corso e una loro maggiore finalizzazione su quelli che saranno i risultati della progettazione dei gruppi di lavoro.

### Dibattito

Il dibattito che si è sviluppato nel primo e nel secondo workshop è stato animato e utile ad avviare la riflessione sul tema su cui sviluppare la progettazione.

I temi maggiormente toccati sono stati:

1. l'area territoriale su cui limitare lo studio,
2. l'importanza della lavorazione dell'oliva rispetto a quella dell'olio
3. la capacità produttiva del Consorzio, rispetto al prodotto da lavorare disponibile,
4. il finanziamento da parte del sistema bancario
5. la politica di acquisto dei compratori napoletani
6. la possibilità di smaltimento dei rifiuti delle diverse fasi di lavorazione
7. la possibilità di far finanziare la dimensione del verde assicurato dalla coltivazione degli olivi

8. il perché dello scarso uso da parte dei cittadini degli strumenti informatici disponibili (vedi marketing territoriale ([www.riso.puglia.it](http://www.riso.puglia.it))).

### **Prossimo incontro**

Il prossimo incontro come previsto nel programma è previsto a Itri **il 16 settembre p.v.** presso la sala consiliare del comune di Itri.