

Destinatari finali

Sono destinatari finali delle iniziative gli **addetti del settore agricolo, agroalimentare e forestale, gestori del territorio.**

Tali soggetti devono avere sede legale e/o almeno una sede operativa/unità locale in Toscana, come risultante dal fascicolo aziendale o da visura camerale.

In particolare:

- 1.** imprenditori agricoli, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese, dotati di partita IVA;
- 2.** titolari di imprese forestali, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese e che abbiano una attività principale o secondaria con codice ATECO che inizi con A 02;
- 3.** amministratori e dipendenti, anche con funzioni dirigenziali, di Enti gestori del territorio, rappresentati da Comuni, Unioni di Comuni, Enti Parco ed Enti pubblici gestori dei siti della Rete Natura 2000.

Per i soggetti di cui ai punti 1 e 2 possono partecipare alle iniziative divulgative anche i lavoratori dipendenti ed i coadiuvanti familiari iscritti all'INPS, anche a tempo determinato.



L'innovazione tecnologica nei settori agricolo, agroalimentare e forestale



050580187

www.progettoproag.it

Il Marketing dell'enogastronomia e del territorio: come analizzare il mercato; gli elementi di differenziazione e gli strumenti di analisi dei punti di forza/debolezza dell'azienda e del territorio; le leve di marketing; il prodotto "wine&food" e le sue specificità.

Il ruolo del territorio nella promozione da territorio quale luogo di produzione a "brand" turistico; come integrare il turismo enogastronomico nella comunicazione e nel marketing; dal turista in vacanza al turista in cerca di esperienze; la valorizzazione dell'ambiente e del paesaggio viticolo in un'ottica di marketing

Il prodotto vino

il vino, da prodotto a biglietto da visita di un territorio; il ruolo dell'origine e del "terroir"; vini diversi per consumatori diversi; la sostenibilità come elemento di marketing del vino

Con il presente progetto si intende perseguire l'obiettivo di potenziare il sistema delle conoscenze e del trasferimento dell'innovazione attraverso azioni di informazione, destinate agli addetti del settore agricolo, agroalimentare e forestale, gestori del territorio operanti in zone rurali.

FOCUS: azioni fondamentali da attuare per promuovere il nome di un'azienda, la considerazione che il valore di un'azienda dipende molto dalla marca; di qui l'importanza di valorizzarla in maniera efficace e investire sul consumatore. Creare una marca e farla conoscere al mercato è una delle operazioni più importanti per sviluppare le vendite in Italia e all'estero.

