

SCHEDA DI PROGETTO INTEGRATO

PER LA PRODUZIONE INNOVATIVA DEL PANE DI SARDEGNA

1-OBIETTIVI

- a) Individuare i tipici prodotti della panificazione rurale della Sardegna.
- b) Classificare gli artigiani e le imprese dedite alla panificazione tipica presenti negli ambiti rurali dell'isola.
- c) Studiare, favorire, progettare ed attuare la razionale innovazione e trasformazione delle produzioni degli artigiani e le piccole imprese di panificazione.
- d) Coinvolgere le realtà endogene per esaltarle, far conoscere e commercializzare il prodotto tipico pane, riferito alle peculiari offerte turistiche connesse
- e) Realizzare un progetto formativo di cooperazione con uno o due Paesi dell'area Mediterranea per la valorizzazione della filiera del "PANE DOC DI SARDEGNA" individuando in alcuni SITI RURALI dell'Isola la "Scuola forno".

2-SETTORI INTERESSATI

Agricoltura, Artigianato e Turismo.

3-FINALITA'

Realizzare un programma che partendo dal momento conoscitivo-culturale delle tradizioni panificatorie, consenta la tipizzazione delle produzioni più antiche, per adeguarle alle attuali realtà di consumo e di mercato.

Attraverso un articolato programma processo nei paesi interessati vengono:

- 1) catalogati gli artigiani ed i singoli prodotti.
- 2) studiate le singole realtà di lavoro e di produzione per la tipizzazione del prodotto pane.
- 3) enucleate le connessioni del pane con gli usi tipici delle zone rurali, per disegnare dei bacini omogenei dei TIPI DI PANE.
- 4) definite le attività ed i metodi produttivi delle aziende agricole con i segmenti tipici della filiera del pane per innescare l'innovazione tecnologica.

- 5) avviati progetti di formazione e di consolidamento delle professionalita' per la commercializzazione del prodotto PANE.
- 6) realizzati siti dimostrativi di lavorazione e di produzione per favorire la cultura autoctona che valorizzi e colleghi il pane alle tradizioni rurali e promuova la riscoperta della coltura dei grani duri.
- 7) progettate ed attuate delle occasioni conoscitive, espositive e di vendita, dei veri e propri Showrooms permanenti del pane.

4- TEMPI DI REALIZZAZIONE

Il programma potrebbe avere uno sviluppo temporale di 3 anni, nel corso dei quali dovrebbero essere attuate le azioni descritte, finalizzate alla grande MOSTRA -MERCATO DEL PANE, da realizzare in un sito adeguato da identificare.

5- SOGGETTI

Camere di Commercio, Operatori privati del settore rurale, o collettivi, pubblici, cooperative, Gruppi di imprese, Consorzi di Comuni, Associazioni senza scopo di lucro che operano nella logica anche culturale dello sviluppo rurale a livello locale e l'ICM -Istituto per la Cooperazione Mediterranea quale organismo di ricerche e studi di eccellenza, deputato a realizzare attività di cooperazione con i P.V.S.

6-STRATEGIA DI LUNGO PERIODO

“Portare a Roma per il Giubileo “ SU COCCOI”

“ SU COZZUL' E'SOU”

“ SU BACCOLU 'E SANTU JUSEPPI“

” La Colomba di PANE, simbolo della pace”

Per dare un particolare significato ad un prodotto così elementare nell'alimentazione umana, il prodotto PANE della tradizione mediterranea, potrebbe essere il simbolo della presenza rurale e contadina italiana per gli ospiti che da tutto il mondo convergeranno a Roma per il Giubileo.

In questa direzione vanno studiate tutte le iniziative necessarie per una adeguata presenza produttiva promozionale e commerciale, da inserire nei programmi di Roma Capitale.

PRIMA ARTICOLAZIONE PROCESSUALE DEL PROGETTO
FINALIZZATA ALLA REALIZZAZIONE DI UNA GRANDE

MOSTRA MERCATO MULTIMEDIALE DEL PANE

SASSARI- 1997/98
CAMERA DI COMMERCIO

7-Prima articolazione processuale del progetto finalizzata

AL RILANCIO DELLA ATTIVITA' ARTIGIANA DELLA PRODUZIONE DEL PANE

Il progetto integrato potrebbe essere articolato secondo la seguente processualità:

1) *Definizione del momento conoscitivo culturale delle tradizioni panificatorie, attraverso:*

- a) la revisione, completamento del censimento dei singoli PANI nei diversi ambiti produttivi dell'isola;
- b) lo studio e l'individuazione dei bacini omogeni di panificazione caratteristica
- c) l'analisi delle componenti di natura tecnologica.
- d) la stampa di una GUIDA ITINERANTE del pane, che descrivendo le caratteristiche dei diversi pani, esalti e valorizzi i centri dai quali emergono le tradizioni e gli usi locali connessi.

2) *Indagine diretta presso gli artigiani produttori per:*

- a) la raccolta dei dati produttivi del comparto artigiano
- b) lo studio e l'analisi delle azioni di marketing.

3) *Realizzazione di una MOSTRA MERCATO MULTIMEDIALE DEL PANE*

da realizzarsi a Sassari, alla quale dovranno partecipare tutti gli artigiani della Sardegna.

La Mostra dovrà rappresentare tutte le tipologie e i tipi di pani artigiano, secondo la logica

Georiferenziata di un percorso turistico-culturale, che attraverso una "rete informatica" e dei "totem" da ubicare secondo le indicazioni dell'utenza, consenta al visitatore di percorrere i sentieri del pane.

Al computer con interrogazioni successive ad icona, partendo dalla carta della Sardegna, si accede alle schede tipologiche dei singoli pani ed alle immagini delle lavorazioni e delle tradizioni ad esso collegate.

4) *Realizzazione del CD-ROM del pane, simbolo di pace dalla Sardegna per il Giubileo del 2000,*

con la valorizzazione dei Pani legati alle festività religiose che possano rappresentare la strategia promozionale per lo sviluppo del prodotto più elementare nell'alimentazione mediterranea. Questo prodotto ' poi è trasferibile su INTERNET in apposito sito da realizzare.

8) IPOTESI DI PIANO FINANZIARIO

8.1.	Revisione ed il completamento del censimento dei singoli PANI nei diversi ambiti produttivi dell'isola;	
8.1.1.	Gruppo di docenti coordinati da un docente dell'Università di Cagliari-Par.7 punti	
	a) la revisione, completamento del censimento	
	b) studio e individuazione dei bacini omogeni	
	c) analisi delle componenti di natura tecnologica.	£.150.000.000
8.1.2.	Stampa di una GUIDA ITINERANTE del pane n°3.000 copie X £.50.000	£.150.000.000
8.2.	Indagine diretta presso gli artigiani produttori attraverso e con la collaborazione delle Camere di Commercio e le organizzazioni dei panificatori. forni, n° 400X 200.000	£. 80.000.000
8.3.	Realizzazione di una grande MOSTRA MERCATO MULTIMEDIALE DEL PANE	£. 300.000.000
8.4.	Realizzazione di un "SENTIERO TURISTICO INTERATTIVO DEL PANE" Georeferenziato	£.150.000.000
8.5.	Realizzazione del CD-ROM del pane n° 20mila copie	£.120.000.000
	Sommano	£. 950.000.000

9- PROGETTO FORMATIVO DI COOPERAZIONE INTERNAZIONALE CON UNO DEI PAESI DELL'AREA MEDITERRANEA.

Per approfondire le conoscenze sulle tradizioni e lavorazioni delle micro e piccole imprese artigiane locali, che producono beni peculiari per la economia della regione, si ritiene di dover condurre uno studio per sviluppare il contributo conoscitivo sullo specifico settore della panificazione artigianale.

A tal fine viene previsto un progetto formativo, con una o più regioni del Bacino Mediterraneo, finalizzato alla valorizzazione della filiera del PANE DOC DI SARDEGNA, che consenta, attraverso la partecipazione delle Università di Sassari e Cagliari, con la collaborazione delle reti esistenti presso le Camere di Commercio, che hanno la competenza specifica dello sviluppo dell'imprenditoria locale, la realizzazione di un progetto di cooperazione che:

- evidenzi con puntuale analisi le necessità delle piccole e micro aziende del comparto a livello regionale ,
- individui in alcuni SITI RURALI dell'Isola la "Scuola forno".

Il progetto, da definire nel programma di partenariato da concordare nei dettagli con le regioni individuate, articola :

- lo studio dei processi produttivi
- lo sviluppo delle tecniche di coltivazione dei grani duri
- l'utilizzo delle farine e dei lieviti per la panificazione.
- lo svolgimento di Borse di studio per giovani provenienti dai P.V.S.
- l'organizzazione di incontri e adeguate manifestazioni di carattere istituzionale.
- l'acquisizione ed il trasferimento dei risultati dello studio e la verifica dei risultati tecnici della ricerca.

I tempi di realizzazione possono essere previsti in due o tre annualità.

Il costo del progetto è preventivabile in £.600 milioni.

10- ORGANIGRAMMA

L'idea progettuale viene presentata, in questa fase di prima elaborazione di fattibilità, per essere sottoposta alle decisioni attuative, con la indicazione delle collaborazioni essenziali a cui il coordinamento farà riferimento per raggiungere i successivi stadi di esecutività progettuale.

IDEA E STUDIO PROGETTO : Dr. Ubaldo Gerovasi-Sassari

CONSULENZA ECONOMICA: Prof. Franco Nuvoli- Università di Sassari

CONSULENZA TRADIZIONI POPOLARI: Prof. Enrica Delitala-
Università di Cagliari

CONSULENZA TECNICA: Dr. Romano Bonaga-Bologna

CONSULENZA INFORMATICA: Dr. Alberto Tamburrini-Roma

CONSULENZA EDITORIALE : Carlo Delfino-Sassari