

Interreg
Alpine Space



Alp Bio Eco

AlpBioEco

Linee Guida Regionali

Regione Piemonte— MB: **Farina di mele**



SOMMARIO

INTRODUZIONE	3
DESCRIZIONE DEL MODELLO DI BUSINESS: FARINA DI MELE.....	6
MERCATO E OPPORTUNITA' DI BUSINESS.....	6
ULTERIORI INFORMAZIONI E CONTATTI.....	7
STATUS QUO.....	7
STRATEGIE PER LO SVILUPPO DELLA BIOECONOMIA.....	7
MATERIA PRIMA.....	8
VALUTAZIONE DEL MERCATO E COMPORTAMENTO DEI CONSUMATORI	9
RICERCA E SVILUPPO	10
FINANZIAMENTO E STRUMENTI DI SOSTEGNO.....	11
TABELLA RIASSUNTIVA	12
LINEE GUIDA PER GLI STAKEHOLDER	13
PUNTI DI FORZA REGIONALI	13
RACCOMANDAZIONI PER GLI STAKEHOLDERS PER L'IMPLEMENTAZIONE DEL MODELLO DI BUSINESS	13
LINEE GUIDA PER LE PICCOLE MEDIE IMPRESE	15

INTRODUZIONE

1. INTRODUZIONE

L'ecosistema Alpino è esposto a problemi ambientali causati dalle attività economiche e dai cambiamenti climatici. Inoltre, le aziende agricole, i produttori e gli industriali delle Alpi europee devono affrontare una forte concorrenza sul mercato globale. Esiste un enorme potenziale per la crescita ecologica verde e la creazione di posti di lavoro grazie allo sviluppo di una bioeconomia sostenibile. L'uso innovativo e il valore delle risorse regionali rafforza l'attività regionale, attualmente infatti non viene utilizzato tutto il potenziale bioeconomico presente. Uno dei problemi principali è rappresentato dalla mancanza di collegamento tra le value chains, molti rifiuti e sottoprodotti non vengono utilizzati, vengono semplicemente portati in discarica o compostati invece di venir riutilizzati per sviluppare nuovi prodotti.

Mancano inoltre politiche coerenti e strategie per sostenere lo sviluppo biobased delle value chains. Ed è proprio qui che entra in gioco il progetto AlpBioEco: promuovere lo sviluppo territoriale del settore agricolo utilizzando metodi innovativi, soprattutto innovazione per le piccole e medie imprese e rafforzare l'economia e la cooperazione nelle Alpi europee. L'obiettivo generale di AlpBioEco è la promozione di un'economia Europea green e sostenibile attraverso il supporto dei mercati la competitività. Il progetto si focalizza sulle value chains di mele, erbe alpine e noci, identificandone le potenzialità e sviluppando innovazioni di business coerenti con le caratteristiche e le strategie Regionali.

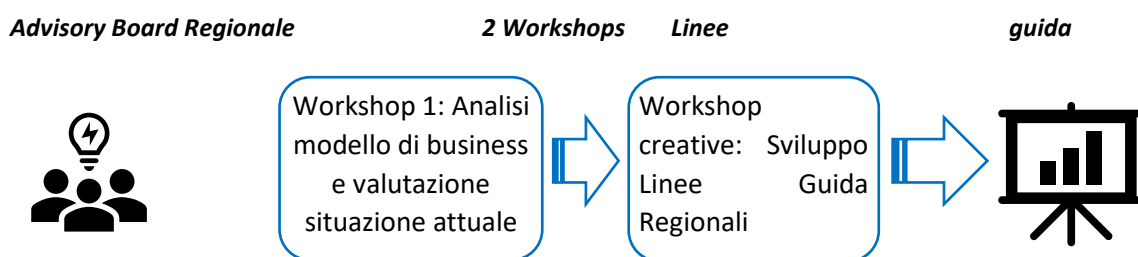
Questo documento ha lo scopo di accelerare l'attuazione di questi modelli di business e lo sviluppo della bioeconomia nella Regione Piemonte. La guida fornisce chiare raccomandazioni per i decisori coinvolti in politica e nell'economia come le Camere di Commercio, i Cluster di imprese e le Istituzioni di Ricerca. D'altra parte, la guida è rivolta anche a tutti quei produttori e alle imprese che sono alla ricerca di possibilità di ulteriori sviluppi e di nicchie di mercato. Il documento è corredato da una roadmap che rappresenta tutti i passaggi necessari per l'implementazione di nuovi modelli di business, dalla ricerca di mercato allo sviluppo del prodotto. Comprende inoltre importanti informazioni sulla disponibilità delle materie prime e sui finanziamenti per facilitare la realizzazione del nuovo modello di business.

2. METODOLOGIA

Per ciascuna delle dieci Regioni coinvolte nel Progetto, si sono costituiti 10 differenti Board Regionali (Regional Advisory Board RAB), per la valutazione del modello di business specifico.

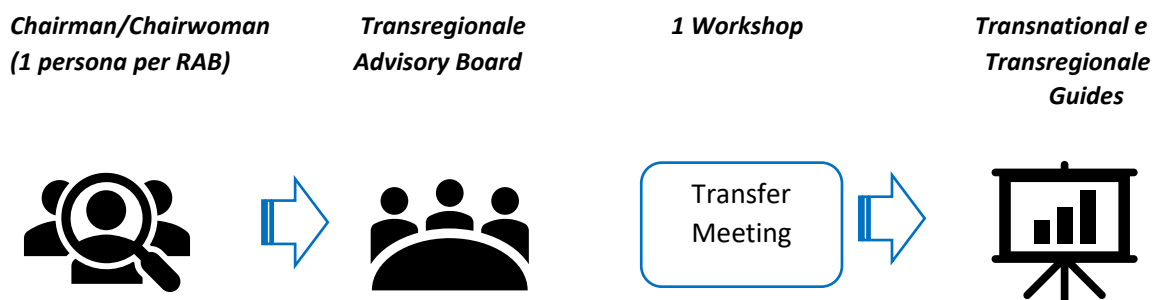
Il RAB è composto da esperti provenienti diversi settori (politica, economia, sviluppo regionale, agricoltura, alimentazione e rappresentanti legali di interessi). I membri del RAB hanno lavorato congiuntamente, mettendo a disposizione la loro esperienza per permettere l'implementazione e facilitare il successo del modello di business. Il RAB ha virtualmente collegato tutti gli stakeholders Regionali per creare e promuovere lo sviluppo di nuove value chains e opportunità non ancora prese in considerazione.

Il primo passo per questa attività è stata la realizzazione di un workshop con i membri del RAB, organizzato dal partner di progetto Environment Park SpA, per l'analisi del modello di business identificato (farina di mela) e la raccolta di informazioni, consigli, valutazioni sul processo di implementazione del MB. In particolare, i membri del RAB hanno messo in luce i punti di forza del modello di business legati alle peculiarità del Territorio, ma anche le necessità e le mancanze che devono essere colmate. Successivamente, si è organizzato un secondo workshop con i membri del RAB per lo sviluppo delle Linee Guida Regionali. Questo workshop è stato organizzato esclusivamente on line (a seguito dell'emergenza sanitaria) impiegando metodologie innovative (in particolare la metodologia Lightning decision Jam e l'impiego del tool MURAL).



Step di lavoro per l'ottenimento delle Linee Guida Regionali

I risultati ottenuti durante il secondo workshop e i principi delle Linee Guida per la Regione Piemonte sono stati presentati dal chairwoman del RAB in un incontro Transregionale con gli altri membri dei RAB delle Regioni del progetto AlpBioEco. I risultati di questo incontro verranno impiegati per lo sviluppo di Linee Guida Transregionali.



Fasi di lavoro per la realizzazione delle Linee Guida Transregionali

Membri del RAB Regione Piemonte

Functione	Nome	Organizzazione- Ente	Area (Politica, PMI, Industria, Camere di Commercio,...)
Chairman	Stefania Crotta – Elisa Peinetti	Regione Piemonte	Politics
Membro RAB	Elisa Fammartino	Unioncamere Piemonte	Camera di Commercio
Membro RAB	Francesco Quatraro	Università di Torino	Università
Membro RAB	Franco Fassio	Università di pollenzo	Università
Membro RAB	Marco Piccolo	Dr. Reynaldi-Cosmetica Italia	PMI, Associazione Aziende Cosmetiche-Confindustria-Referente per la sostenibilità
Membro RAB	Dario Vallauri	Polo Agrifood	Cluster Agrofood Regione Piemonte
Membro RAB	Lorenzo Picco	Azienda Agricola Magnarosa	Azienda Agricola
Membro RAB	Barbara La Licata	Environment Park spa	Grande impresa e partner di progetto



DESCRIZIONE DEL MODELLO DI BUSINESS: FARINA DI MELE

La farina di mele è composta da sansa di mele essiccata e finemente macinata. La sansa di mela è un sottoprodotto ottenuto durante la produzione dei succhi di mela e contiene residui di polpa, bucce e semi di mela. La sansa di mela viene normalmente smaltita ma contiene ancora un alto contenuto di sostanze nutritive. Inoltre, la farina di mele è priva di glutine e questo amplia la possibilità di utilizzarla in regimi dietetici speciali.

Nel progetto, la farina di mele è stata prodotta utilizzando sanse di mele provenienti da antiche varietà biologiche di mele italiane. Queste antiche varietà sono più resistenti ai parassiti e contribuiscono alla biodiversità locale.

Il processo di produzione è sostenibile poiché non sono state utilizzate sostanze chimiche. Questo prodotto contiene ancora elevate quantità di zuccheri, fibre, pectine e diversi antiossidanti con attività antiradicalica. Dalla farina di mele è possibile produrre anche una pasta di mele, reidratando e omogeneizzando la farina, ottenendo un prodotto più idrosolubile. Nel progetto, la farina di mele è stata utilizzata in diversi prodotti da forno (pan di Spagna, pane, biscotti di pasta frolla e barrette di cereali). La pasta di mele è stata utilizzata come ingrediente funzionale per la realizzazione di tre prodotti cosmetici: crema viso, acqua micellare e bagnoschiuma. Questa linea cosmetica è 100% biologica, ricca di antiossidanti naturali e sostenibile.



MERCATO E OPPORTUNITA' DI BUSINESS

The use of by-products of apple industries, like the apple pomace of juice production, is an interesting opportunity for the development of local economy.

In Piedmont Region, more than 4 thousand companies produce annually 230.000 ton of apple, for a total Italian apple production of 2.2 Mton per year. Of this production, 2,3-2,5% is by-product and it is wasted. The possibilities to use these by-products in the apple value chain could lead to an increase in the profitability of the companies by diversifying the incomes. Moreover, this led to new opportunities in the circular economy, by creating and strengthened collaborations, and lead to a reinforcement of the territorial competitiveness.

The possibility to transform apple by-products in an ingredient for the food industry has interesting opportunities, in particular regarding the gluten-free sector. Moreover, apple flour is a versatile product and could be also used for realization of functional and nutraceutical food.

On the other hand, the chemical characteristics of apple flour make it interesting for application in the cosmetic sectors. High content of different type of antioxidants lead the possibility to use the apple flour as a main ingredient for the realization of different types of cosmetic formulation.

In both cases, the market penetration should be strictly correlated to the concept of territoriality and sustainability, by using an effective storytelling approach.

L'utilizzo di sottoprodotti delle industrie delle mele, come la sansa di mele ottenuta dal processo di produzione di succhi, rappresenta un'interessante opportunità per lo sviluppo dell'economia locale.

In Piemonte, oltre 4mila aziende producono annualmente 230.000 tonnellate di mele, per una produzione totale italiana di mele di 2,2 Mton all'anno. Di questa produzione, il 2,3-2,5% è sottoprodotto ed è sprecato. La possibilità di utilizzare questi sottoprodotti nella value chain delle mele potrebbe portare ad un aumento della redditività delle aziende diversificando i redditi. Inoltre, ciò può portare a nuove opportunità di sviluppo nell'ambito dell'economia circolare, creando e rafforzando collaborazioni, e rafforzando la competitività territoriale.

La possibilità di trasformare i sottoprodotti della mela in un ingrediente per l'industria alimentare offre interessanti opportunità, in particolare per quanto riguarda il settore dei prodotti senza glutine. Inoltre, la farina di mele è un prodotto versatile e potrebbe essere utilizzata anche per la realizzazione di alimenti funzionali e nutraceutici. D'altra parte le caratteristiche chimiche della farina di mele la rendono interessante per l'applicazione nel settore cosmetico. L'elevato contenuto di differenti tipologie di antiossidanti, ne permette l'utilizzo come ingrediente funzionale per differenti prodotti cosmetici. In entrambi i casi, la penetrazione del mercato dovrebbe essere strettamente correlata al concetto di territorialità e sostenibilità, utilizzando un approccio di storytelling efficace.

ULTERIORI INFORMAZIONI E CONTATTI

È possibile trovare ulteriori informazioni [qui](#)

INFO

Per ulteriori informazioni è possibile contattare le seguenti organizzazioni:

- Italy/Environment Park SpA/Barbara/La Licata/E-mail: barbara.lalicata@envipark.com
- Italy/ITKAM/Sonia/Barani/E-mail: SBarani@itkam.org

In caso di richiesta di maggiori informazioni sul prodotto:

- Italy/Azienda Agricola Magnarosa/E-mail: info@magnarosa.com



STATUS QUO

STRATEGIE PER LO SVILUPPO DELLA BIOECONOMIA

In Europa, la bioeconomia vale già 2,3 trilioni di euro di fatturato annuo e rappresenta l'8,2% della forza lavoro dell'UE (18 milioni di posti di lavoro).

Attualmente, più di 50 nazioni nel mondo stanno proponendo azioni e strategie per rilanciare e rafforzare la Bioeconomia, la cui dimensione economica è in costante aumento.

Quattro studenti dell'Università di Hohenheim, come attività parte del loro master in bioeconomia, hanno analizzato e confrontato cinque strategie nazionali (Francia, Austria, Germania, Slovenia e Italia) per lo sviluppo della bioeconomia sostenibile. L'analisi comparativa ottenuta può essere utilizzata

come base per lo sviluppo di proposte volte a migliorare le strategie esistenti, per la semplificazione dei processi di innovazione e di implementazione di modelli di business sostenibili ed ecologicamente innovativi, e per promuovere la cooperazione interregionale e interdisciplinare nella regione alpina. In linea con la Strategia Europea, la strategia applicata in Italia per lo sviluppo della Bioeconomia è volta a potenziare la produzione sostenibile di risorse biologiche rinnovabili e di convertire queste risorse e sottoprodotti in prodotti a più elevato valore aggiunto come nuovi cibi e superfood, alimenti, mangimi, bioprodotto e bioenergia.

La strategia mira a fornire una visione condivisa delle opportunità e delle sfide economiche, sociali e ambientali associate alla creazione di una bioeconomia italiana basata su value chains maggiormente sostenibili e indirizzate a livello locale.

La strategia per la Bioeconomia si inserisce nei processi di attuazione della Strategia Nazionale di Specializzazione Intelligente (strategia S3), concentrandosi in particolare sulle aree “Salute, Alimentazione e Qualità della Vita” e “Industria sostenibile e intelligente, Energia e Ambiente”. Viene attuata in sinergia con i principi della Strategia Nazionale Italiana per lo Sviluppo Sostenibile per garantire sostenibilità ambientale e conciliazione crescita economica.

Un recente lavoro di collaborazione per la stesura di un Position Paper sulla Bioeconomia (6/129 / CR08b / C11), sviluppato dalla Conferenza delle Regioni Italiane, ha monitorato la posizione strategica delle regioni rispetto a tre pilastri della Bioeconomia: Bioeconomia, Agrifood, Bioindustria. Lo studio apre la strada alla cooperazione interregionale nella Bioeconomia, soprattutto tra territori limitrofi, aprendo anche il necessario dialogo con programmi e strategie nazionali (1).

A livello locale, la Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile (SRSvS) è lo strumento operativo utilizzato dalla Regione Piemonte per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità dell'Agenda 2030 e della Strategia Nazionale. Il SRSvS permea tutta la pianificazione regionale per costruire, guidare e definire politiche e azioni volte alla crescita economica in armonia con l'integrità degli ecosistemi e con l'equità sociale. Sul piano economico, il Documento di Economia e Finanza Regionale definisce il quadro di riferimento per la redazione dei bilanci pluriennali e annuali e per la definizione e attuazione delle politiche della Regione. Questo documento è elaborato in base alle valutazioni dello stato e delle tendenze della situazione economica e sociale internazionale, nazionale e regionale (2).

(1)BIT II-A new Bioeconomy strategy for a sustainable Italy-2019-Presidency of the Council of Ministers

(2) Strategia per la specializzazione intelligente del Piemonte -S3

MATERIA PRIMA

Il Piemonte è una delle Regioni Italiane con maggiore produzione di mele, dopo il Trentino Alto Adige e il Veneto.

Il 60% della frutticoltura Piemontese si concentra nella provincia di Cuneo con 18.479 ettari e 7950 aziende. Nel 2020, il 9% della produzione totale è biologico (Coldiretti).

I sottoprodotti rappresentano il 2,3-2,5% e al momento non sono impiegati ma smaltiti (Assomela).

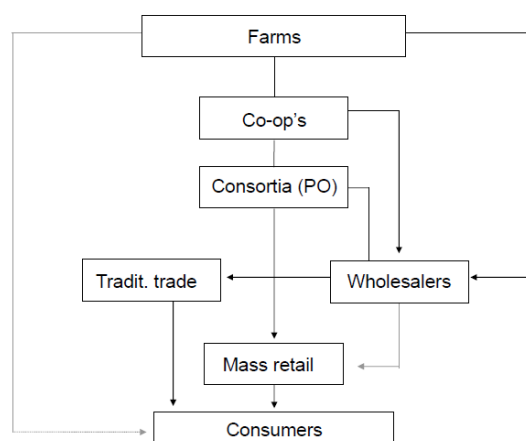
In Italia esistono 2 diverse tipologie di aziende agricole:

- Aziende agricole Alpine, di dimensioni inferiori, maggiormente specializzate e con maggiori;
- Aziende agricole della Pianura Padana, più grandi meno specializzate (frutteti con altre tipologie di frutta) e rese inferiori.

Per entrambi le opportunità di marketing sono legate alla vendita a grosse cooperative.

Nella figura si riporta lo schema dell'organizzazione del mercato attuale della mela (3).

(3)Giorgio De Ros and Gastone Dallago FEM – CTT Braunschweig | agri benchmark Horticulture conference 2013.



Le norme che regolano il mercato delle mele a livello internazionale prevedono la seguente scala di qualità: extra, prima, seconda, seconda B o terzina, scarto. Le mele di scarto, che non possiedono i requisiti per essere immesse nel circuito commerciale come prodotto fresco sono conferite a stabilimenti specializzati che ne ricavano vari tipi di derivati o trasformati.

Gli scarti vengono a loro volta suddivisi in mele per succhi, mele per puree e mele per pelatura.

Durante la lavorazione delle mele per ottenere succo o sidro, vengono generate enormi quantità di scarti (buccia, torsolo, semi, pezzi di polpa, etc.), che sono generalmente rifiuti. Questi residui, comunemente noti come sansa di mela, rappresentano circa 250 g/kg di peso fresco del frutto da lavorare.

In Piemonte ci sono alcune grandi aziende interessanti che producono su larga scala succo di mela e alcuni piccoli produttori. La quantità di sansa di mele prodotta e disponibile è ancora un punto in sospeso che deve essere analizzato per valutare la logistica per la produzione su larga scala della farina di mele in Piemonte.

In particolare, un'organizzazione logistica dedicata per la realizzazione della farina di mele subito dopo la produzione della sansa di mele o una conservazione refrigerata in caso di post-produzione. Le industrie alimentari e le aziende cosmetiche richiedono prodotti con un alto livello di standardizzazione, in termini di caratteristiche chimiche, gusto, consistenza, ecc. Il processo produttivo deve considerare queste richieste da tutti i punti di vista (logistica, garanzia di qualità, ecc.).

VALUTAZIONE DEL MERCATO E COMPORTAMENTO DEI CONSUMATORI

Il modello di business della farina di mele prende in considerazione la possibilità di utilizzare il prodotto come ingrediente funzionale per prodotti cosmetici.

Le analisi di mercato realizzate suggeriscono che al momento ci siano 5 tendenze nel settore cosmetico (secondo la società di previsioni di tendenze Worth Global Style Network)

- Ridurre l'impatto ambientale;
- Prodotti multitasking;
- Beauty anche per gli uomini;
- Utilizzo dei superfoods nei cosmetici;
- Uso di ingredienti locali

Su questa base, un prodotto cosmetico che abbia un forte legame con il territorio, sia sostenibile nel processo produttivo, e contenga ingredienti alimentari o funzionali, potrebbe avere un impatto positivo sui consumatori. Questi principi dovrebbero essere utilizzati per la definizione e l'identificazione dell'identità di marca.

Il mercato cosmetico è molto competitivo e deve essere finalizzato uno studio dettagliato della strategia di marketing, l'identificazione dei gruppi target e la proposta di valore.

La farina di mele potrebbe essere utilizzata anche come ingrediente per il settore alimentare, in particolare per la nicchia di prodotti gluten free o super food. Questi settori sono sempre più e rappresentano un settore interessante per sviluppare nuovi prodotti.

RICERCA E SVILUPPO

The use of apple flour as an ingredient for the cosmetic sector still needs further researches. In particular, apple flour is not water-soluble and this is a limit for the formulation of different types of cosmetic products. The alternative is the use of apple paste, water soluble and suitable for all the cosmetic categories. Apple paste production requires more technologies and this should be taken into account when performing the business plan. Other chemical characterization still has to be done, in particular to exploit the antioxidant activity of apple paste and in the cosmetic products.

In the case of cosmetic sector, policy requirements concern: firstly, apple paste should be registered to the International Cosmetic Ingredient Nomenclature Committee (INCI) that provides the systematic name for the identification of a cosmetic ingredient. Then, apple paste should receive the declaration of safety and the approval of use according to the relative directives. Moreover, a complete formulation design for the cosmetic line is needed, together with the developing of a solid cosmetic branding strategy.

In the case of food sector, the food design has to be completed with further development of recipes as well as laboratory analysis and sensory studies.

L'utilizzo della farina di mele come ingrediente per il settore cosmetico necessita ancora di ulteriori ricerche. In particolare, la farina di mele non è idrosolubile e questo è un limite per la formulazione di diverse tipologie di prodotti cosmetici. L'alternativa è l'utilizzo della pasta di mele, idrosolubile e adatta a tutte le categorie cosmetiche. La produzione di pasta di mele richiede più tecnologie e questo dovrebbe essere preso in considerazione durante la stesura del business plan aziendale. Inoltre, è necessario effettuare ulteriori caratterizzazioni chimiche per valutare l'attività antiossidante della pasta di mele e nei prodotti cosmetici.

Nel caso dell'impiego della farina o della pasta di mele come ingrediente del settore cosmetico, è necessario che questi ingredienti vengano registrati presso l'International Cosmetic Ingredient Nomenclature Committee (INCI) che fornisce il nome sistematico per l'identificazione di un ingrediente cosmetico. La pasta di mele dovrebbe quindi ricevere la dichiarazione di sicurezza e il benessere d'uso secondo le relative direttive. Inoltre, è necessario un design completo della formulazione per la linea cosmetica, insieme allo sviluppo di una solida strategia di branding cosmetico.

Nel caso del settore alimentare, il food design deve essere completato con un ulteriore sviluppo di ricette, analisi di laboratorio e studi sensoriali.

FINANZIAMENTO E STRUMENTI DI SOSTEGNO

La regione Piemonte ha istituito diverse iniziative per sostenere e promuovere la bioeconomia.

- Attività di sostegno ai Soggetti gestori dei Poli di innovazione per programmi di sviluppo di cluster regionali;
- sostegno a progetti e ad attività di ricerca, sviluppo e innovazione nell'ambito del Sistema regionale dei Poli di Innovazione per promuovere il trasferimento tecnologico e la collaborazione tra le PMI e gli organismi di ricerca su temi a Technology Readiness Level (TRL) medio;
- incentivazione di progetti collaborativi tra PMI, grandi imprese e organismi di ricerca nell'ambito del sistema regionale delle Piattaforme Tecnologiche Innovative su temi a TRL medio-basso, per promuovere la dimostrazione di tecnologie innovative rispetto alla competitività di intere filiere industriali;
- promozione di progetti per l'industrializzazione della ricerca (Strumento IR²). Finalità dell'azione: promuovere gli investimenti industriali in grado di colmare la cosiddetta "valle della morte" che separa i risultati di ricerca più promettenti dal loro sviluppo commerciale, su temi a TRL medio-alto;
- qualificazione e rafforzamento delle infrastrutture di ricerca pubbliche e promozione dell'accesso da parte delle PMI a laboratori e servizi qualificati di ricerca e sviluppo;
- agevolazione di investimenti innovativi effettuati da PMI (Strumento Midcap e Strumento Innovazione per le PMI). Finalità dell'azione: promuovere gli investimenti per la sostenibilità ambientale, la sicurezza e l'innovazione dei processi produttivi;
- promozione delle collaborazioni internazionali e interregionali in tema di R&S (Eranet, Cluster tecnologici nazionali) del sistema produttivo piemontese.

Il Programma di sviluppo rurale (PSR) per la Regione Piemonte individua i fabbisogni dell'agricoltura e del mondo rurale piemontese e le iniziative per farvi fronte mediante l'utilizzo di circa 1 miliardo di euro di finanziamento pubblico, disponibile per il periodo di 7 anni 2014-2020.

Nel caso delle start-up e delle Imprese Innovative, la regione Piemonte ha approvato la misura POR FESR 2014-2020 Asse I Azione I.1b.4.1 attraverso l'implementazione del bando S-CUP - Supporto ai programmi di consolidamento e crescita delle start up, a rafforzamento e integrazione dei progetti di investimento da parte di soci e/o investitori terzi, con una dotazione finanziaria pari a 15 Milioni di Euro nel 2020.

TABELLA RIASSUNTIVA

Questa tabella è stata completata dai membri del RAB sulla base delle loro esperienze, valutazioni e livello di conoscenza. Dal momento che i membri del RAB afferiscono a settori e discipline differenti, la tabella sottostante fornisce una buona panoramica dell'attuale situazione Regionale per quanto riguarda il modello di business farina di mele e la sua implementazione nel Territorio Regionale.

Il termine "abbondante / non problematico" indica che l'indicatore è ampiamente disponibile, il termine

Il termine "limitato / problematico" include tutte quelle aree in cui devono essere apportate modifiche affinché il BM possa essere implementato.

	Abbondante/non problematico	sufficient	middle	Too less/ problematic
Materia prima nella regione		x		
Produttori di materie prime nella regione		x		
Mercato e consumatore		x		
Prodotti concorrenti				x
Dealer e commerciante			x	
Partner di progetto interessato	x			
Possibili produttori e implementatori del BM		x		
Istituzioni di ricerca nell'area del BM	x			
Esperti di ricerca nazionale / nazionale	x			
Ricerca internazionale / Esperti internazionali	x			
Quadro giuridico				x
Promotore dell'idea imprenditoriale (stakeholder / aree / persone)			x	
Finanziamento regionale		x		
Finanziamento nazionale	x			
Finanziamenti internazionali			x	
Finanziamento della ricerca		x		
Finanziamento dello sviluppo del progetto		x		
Maturità del mercato / promozione del marketing			x	
Ulteriori possibilità di finanziamento		x		

LINEE GUIDA PER GLI STAKEHOLDER

To whom are the guidelines addressed: Cluster, Research institutions, Chambers

PUNTI DI FORZA REGIONALI

La regione Piemonte presenta una strategia consolidata di supporto all'innovazione e allo sviluppo della Bioeconomia.

Nell'ambito delle linee guida della Strategia "Europa 2020" per la crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, l'intervento della Regione a sostegno della ricerca e dell'innovazione punta a:

- promuovere la collaborazione tra imprese, in particolare Piccole medie imprese (PMI), e organismi di ricerca anche attraverso Cluster e Poli capaci di aggregare la domanda di innovazione, di individuare le traiettorie tecnologiche più promettenti e di sviluppare l'internazionalizzazione delle attività di Ricerca e sviluppo (R&S);
- favorire il trasferimento tecnologico dei risultati della ricerca verso il sistema produttivo;
- mobilitare investimenti pubblici e privati in ricerca, sviluppo e innovazione;
- sviluppare la competitività del sistema produttivo regionale attraverso la ricerca, lo sviluppo e l'innovazione attraendo investimenti innovativi di rilievo, promuovendo la ricerca e sviluppo finalizzata al mercato, facilitando l'acquisizione di competenze qualificate da parte delle imprese.

Questi obiettivi sono perseguiti in coerenza con le traiettorie e le priorità fissate dalla Strategia regionale di specializzazione intelligente (S3), condivise con Stato e Unione Europea.

La presenza di un quadro giuridico chiaro che supporti le iniziative di bioeconomia, unitamente alla disponibilità di schemi di finanziamento, potrebbe dare un forte e concreto supporto per l'implementazione nelle pratiche del BIM.

RACCOMANDAZIONI PER GLI STAKEHOLDERS PER L'IMPLEMENTAZIONE DEL MODELLO DI BUSINESS

Il modello di business della farina di mele ha un forte legame con il Territorio, è innovativo, sostenibile e la prospettiva di sviluppo è notevole, anche per la scalabilità del processo. L'idea potrebbe essere fortemente legata al concetto di "made in Italy" dando una percezione positiva dell'intera filiera agroalimentare italiana.

È necessario effettuare una analisi approfondita della disponibilità dei sottoprodotti delle mele, in modo tale da valutare il livello di scalabilità del modello di business. Queste informazioni sono infatti fondamentali per comprendere nel dettaglio sia l'organizzazione dei flussi di materia sia la logistica relativa (ad esempio valutare la necessità di stoccaggi refrigerati).

Per supportare lo sviluppo della bioeconomia a livello Territoriale, è fondamentale che le Istituzioni che forniscono supporto legislativo e finanziario, intercettino e promuovano iniziative locale che possano avere una adeguata scalabilità. In questo modo è possibile ricreare delle "best practices"

Territoriali che possano essere di esempio o fungere da stimolo per altre idee o processi di innovazione e di sostenibilità.

L'idea di utilizzare la farina di mele come ingrediente per un prodotto cosmetico è assolutamente innovativa e ad alto livello tecnologico che abbraccia l'ultima tendenza in cosmetologia per la capacità di intercettare la nuova domanda e potrebbe avere più che una possibilità nel settore.

I nuovi prodotti potrebbero essere chiaramente qualificati, per dare immediatamente il valore dei prodotti (sostenibilità, territorialità ecc.) In un mercato saturo. Il settore della bellezza è frastagliato e la sostenibilità di un marchio è un must, non più un “nice to have” Per questo motivo, è necessario effettuare un'attenta analisi della proposta di valore, l'identificazione delle persone e dei target di clientela, oltre a impostare i giusti touch point.

LISTA DI CONTATTI – ESPERTI- STAKEHOLDERS

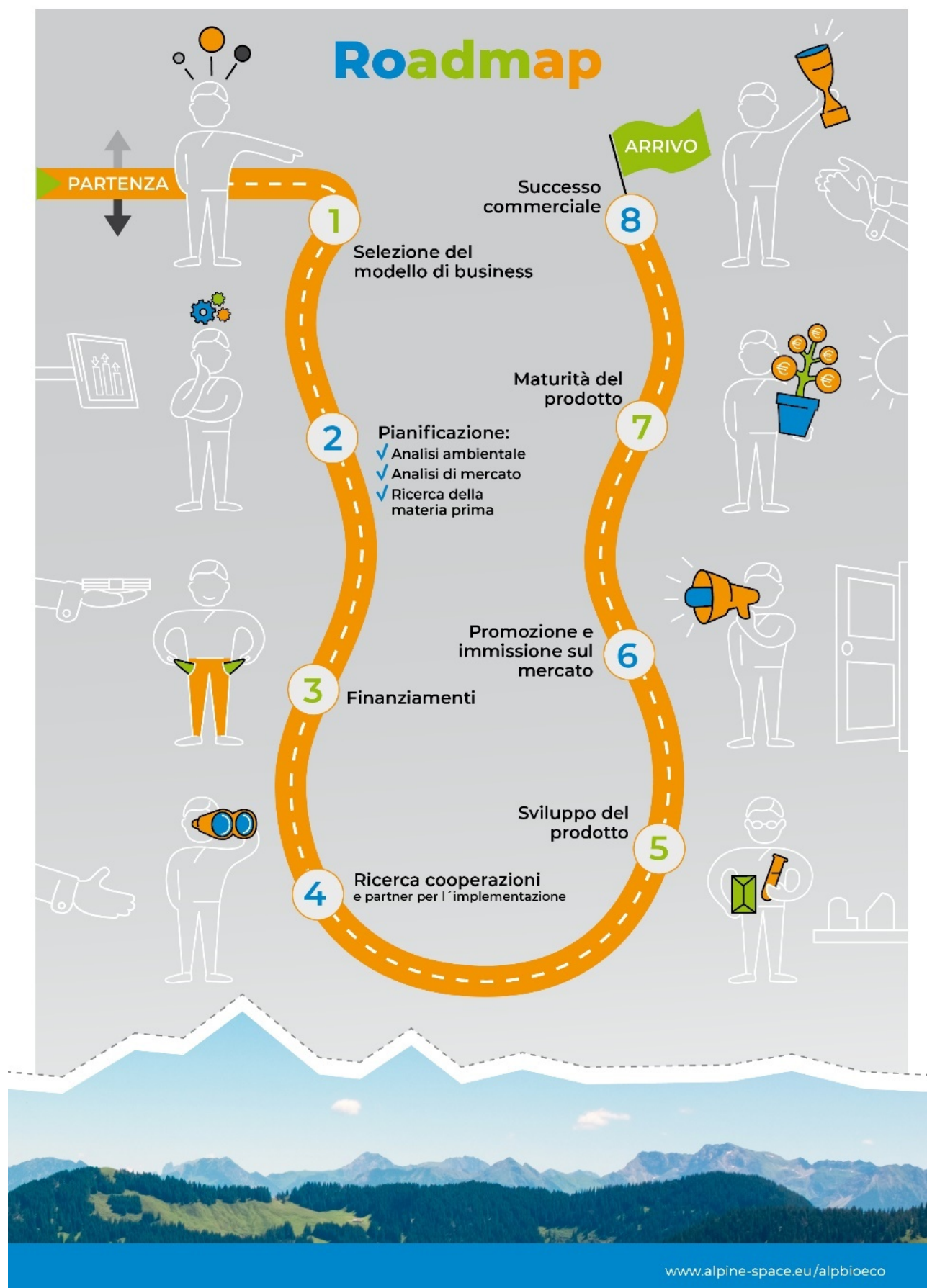
ISTITUTI DI RICERCA CHE LAVORANO SUL COMPARTO MELA, SULL'ECONOMIA CIRCOLARE E SUI SOTTOPRODOTTI AGRICOLI

- Università di Torino- dipartimento di Farmacia;
- Università di Torino- dipartimento di Scienze Agrarie;
- Università di Pollenzo
- Università degli Studi di Piacenza- Dipartimento alimentare
- Università degli Studi di Parma- Dipartimento Alimentare

ESPERTI E ISTITUZIONI PUBBLICHE CHE OFFRONO INDICAZIONE SULLE OPPORTUNITÀ DI FINANZIAMENTO

- Camera di Commercio-
- ALPS Enterprise Europe Network;

LINEE GUIDA PER LE PICCOLE MEDIE IMPRESE



START



1. Ti piacerebbe sviluppare te stesso e la tua azienda e hai deciso di trovare una modalità per utilizzare i sottoprodotti della mela? Questa roadmap ti guida passo passo dalla scelta di un modello di business al lancio del tuo prodotto;



2. Vuoi investire nel settore alimentare o nel settore cosmetico? In primo luogo, devi identificare il tipo di prodotti che vorresti produrre e poi fare un'approfondita ricerca di mercato; Analizza la quantità di materia prima di cui hai bisogno e quale quantità è effettivamente disponibile per te. Ottieni informazioni con esperti su analisi e ulteriori ricerche sulla materia prima di cui hai bisogno;



3. Progetta la tua idea e simula un modello di business con un esperto locale (mentor, camera di commercio). Trova opportunità di finanziamento a livello locale (PSR e azione di sostegno regionale) o con finanziamenti di sostegno dell'UE (Camere di commercio e Cluster Regionale ti danno informazioni e supporto). Se vuoi avviare una start-up puoi trovare opportunità e finanziamenti facendo domanda a specifici bandi o tramite Incubatori locali;



4. Trova il partner giusto per mettere in pratica le tue idee. In questo documento, puoi trovare un elenco di possibili esperti e stakeholders che potresti contattare;

5. Lo sviluppo del prodotto è il fulcro dell'implementazione del MB: trova i partner giusti per impostare i prototipi di test e di prodotto, assicurati che il processo sia replicabile e di lavorare con un alto livello di standardizzazione.



6. Per identificare opportunità di finanziamento per il tuo progetto puoi contattare: camere di commercio, clusters, incubatori che possono fornire utili indicazioni. La redazione del business plan è molto importante, così come avere una chiara presentazione dell'idea progettuale. Questi documenti sono di fondamentale importanza per presentare il progetto a mentors, business angels ed esperti di finanziamento;



7. Scegli i partner giusti per lanciarti sul mercato. Per definire il mercato, è necessario effettuare una attenta analisi della value proposition. È necessario valutare la scalabilità dell'idea imprenditoriale per identificare meglio il mercato di riferimento e i relativi canali di distribuzione. Il commercio online potrebbe aiutarti a iniziare la tua attività (es. Shopify). Tieni presente che Paesi diversi potrebbero avere esigenze diverse. Campagne di marketing mirate informano il cliente e aumentano le opportunità di mercato.



8. Collabora attivamente con altre aziende ed istituti di ricerca così da aumentare la tua competitività e le possibilità di avere successo.



ABOUT US

You want to know more details about our project?



Please find more detailed documents on our homepage:
www.alpine-space.eu/alpbioeco



Interested in the latest news?
Subscribe to the newsletter on our website.

Follow us on:



AlpBioEco
#AlpBioEco



AlpBioEco



YouTube AlpBioEco

Please
contact us,
we will be
happy to
advise you!

CONTACT

Anna Bäuerle ||| Project coordination ||| EU Interreg Project AlpBioEco ||| alpbioeco@sigmaringen.de

PROJECT PARTNERS



PROJECT FUNDERS



EUROPEAN UNION

This project is co-financed by the European Regional Development Fund (ERDF) through the Interreg Alpine Space programme.
Support from the European Union:
1.820.666 €



Federal Ministry
of the Interior, Building
and Community

This project is funded by the "Federal Transnational Cooperation Programme" of the German Federal Ministry of the Interior, Building and Community