

Obiettivo 5.4

Posizionare la destinazione Torino/Piemonte nel mercato turistico nazionale ed internazionale

Azione 5.4.2

Costituire un "Comitato" per diffondere in campo nazionale e internazionale la cultura enogastronomica della città e del suo territorio tramite la creazione di una enoteca regionale a Torino, di un Museo del Cioccolato, di attività promozionali, di formazione e aggiornamento per il settore

Descrizione

Le risorse enogastronomiche di cui dispone il Piemonte sono di grande pregio e possono generare valore aggiunto se accompagnate da un piano di promozione complessivo che coinvolga tutto il sistema, dalla produzione del prodotto tipico piemontese alla sua distribuzione e fruizione e alla sua valorizzazione nei ristoranti locali. Molto utile sarà la creazione di un marchio di qualità da promuovere e nazionalmente e internazionalmente.

Come il "Salone del Gusto" ha ben mostrato, Torino può giocare un ruolo fondamentale in questo processo come capitale del territorio e vetrina delle sue eccellenze.

Emerge la necessità di una struttura apposita, un Comitato, nella quale far convergere i principali attori economici e culturali, cittadini e regionali, con l'obiettivo di:

- realizzare il Parco del Gusto e il Museo del Cioccolato;
- codificare la cucina piemontese tradizionale e creare una biblioteca sull'enogastronomia;
- creare l'enoteca regionale a Torino;
- realizzare un "mezzo cucina" mobile e una tensostruttura per attività di promozione in Italia e all'estero;
- formare operatori del settore;
- sensibilizzare gli studenti della scuola dell'obbligo alla cultura enogastronomica piemontese;
- favorire l'organizzazione e la maggiore conoscenza di saloni enogastronomici per operatori del settore e per il grande pubblico;
- progettare e realizzare una mostra fotografica sull'enogastronomia.

Soggetti coinvolti

Città di Torino, Provincia di Torino, Regione Piemonte, Università, Camera di Commercio, Turismo Torino, Fondazioni bancarie, Associazioni dei commercianti, Associazione dei ristoratori, Coldiretti, Confagricoltura, API, Unione Industriale, Associazioni di artigiano, CNA, Confederazione Italiana Agricoltori, EPA T, Slow Food, cooperative agricole piemontesi.

Collegamento con l'obiettivo generale

Questo progetto, ambizioso nei suoi obiettivi, dovrà essere realizzato coinvolgendo tutti gli attori della città e della Regione Piemonte che operano nel settore, recuperando l'importante identità della tradizione enogastronomica locale e dando così nuovo sviluppo e impulso al commercio e all'imprenditoria ad essa legati.

Debolezze e pericoli della non realizzazione

La mancata realizzazione di un progetto integrato nel settore causerebbe la scomparsa graduale della cultura e dei prodotti tipici della tradizione enogastronomica piemontese.

Obiettivo 5.5

Sostenere la crescita e l'innovazione della rete commerciale dell'area

Azione 5.5.1

Favorire l'inserimento di giovani aspiranti imprenditori

Descrizione

L'azione prevede di affiancare trecento giovani aspiranti imprenditori a imprenditori anziani che si impegnano a fare da tutori per un periodo di due anni prima di cedere loro l'azienda. In questo modo si prevede di favorire l'inserimento di cento apprendisti. Il costo totale previsto è di circa 10,8 miliardi di cui 4,32 miliardi per il piano di inserimento professionale, 200 milioni per l'orientamento, 1,3 miliardi per la formazione, 3,9 miliardi per il credito e 1,08 miliardi per gli apprendisti.

Soggetti coinvolti

I soggetti coinvolti sono: il Ministero del Lavoro, il Comune di Torino, le associazioni di commercianti, le banche e i Consorzi di garanzia.

Collegamento con l'obiettivo generale

L'azione è volta direttamente a promuovere le capacità imprenditoriali dei giovani ed offre anche la possibilità di inserirsi come apprendisti a coloro che intendono lavorare nel settore commerciale come futuri dipendenti.

Debolezze e pericoli della non realizzazione

L'azione richiede una attenta selezione dei partecipanti e di coloro che si propongono come tutori, per escludere persone attratte solo dagli incentivi, ma prive di serie motivazioni a diventare nuovi imprenditori o a trasmettere le conoscenze accumulate nella propria azienda. La mancata realizzazione dell'azione farebbe mancare a trecento persone un valido aiuto per la creazione della loro nuova impresa e a cento giovani un primo inserimento nel mondo del lavoro.