



Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia  
Programma di sviluppo rurale 2007-2013  
Regolamento CE 1698/2005 del Consiglio del 20 settembre 2005  
Deliberazione della Giunta regionale n. 2985 del 30 novembre 2007

## Asse 4

Piano di sviluppo locale del gruppo di azione locale

# TORRE NATISONE GAL

Approvato dal Consiglio di Amministrazione con  
delibera n. 30.03 del 06 ottobre 2008 e modificato con  
delibera n. 39.03 del 14 maggio 2009

Tarcento, 14/05/2009  
Via Lungotorre, 26  
33017 Tarcento (UD)

Il Presidente  
Achille Gaudio



REGIONE AUTONOMA  
FRIULI VENEZIA GIULIA



## Sommario

<b>DATI IDENTIFICATIVI DEL GAL</b> .....	<b>2</b>
<b>CAPITOLO 1. DESCRIZIONE DELL'AREA</b> .....	<b>3</b>
1.1. DELIMITAZIONE DEL TERRITORIO DI APPLICAZIONE DELLA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE .....	3
1.1.1. <i>Elenco dei comuni</i> .....	3
1.1.2. <i>Abitanti</i> .....	3
1.1.3. <i>Rappresentazione cartografica</i> .....	4
1.2. ANALISI DELL'AREA .....	4
a) <i>Il territorio e l'ambiente</i> .....	4
b) <i>l'assetto istituzionale;</i> .....	7
c) <i>la società;</i> .....	7
d) <i>l'economia (i diversi settori)</i> .....	10
<b>CAPITOLO 2. ANALISI SWOT</b> .....	<b>22</b>
<b>CAPITOLO 3. SINTESI del confronto di partenariato e attività di concertazione in sede locale.</b> .....	<b>24</b>
<b>CAPITOLO 4. DESCRIZIONE della strategia di sviluppo locale: obiettivo e strategia.</b> .....	<b>36</b>
4.1.1. <i>Premessa</i> .....	36
4.1.2. <i>Le risorse ed il prodotto</i> .....	38
4.2. <b>OBIETTIVO</b> .....	41
4.3. <b>STRATEGIA</b> .....	41
<b>CAPITOLO 5. MISURE E AZIONI</b> .....	<b>57</b>
5.1. <b>MISURA 410: STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE.</b> .....	57
5.1.1. <i>Misura 411: Competitività.</i> .....	57
5.1.2. <i>Misura 412: Gestione dell'ambiente/del territorio.</i> .....	58
5.1.3. <i>Misura 413: Qualità della vita/ diversificazione.</i> .....	58
Scheda descrittiva investimenti aziendali volti alla realizzazione della filiera corta .....	62
Scheda descrittiva realizzazione di eventi enogastronomici .....	64
Scheda descrittiva iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio rurale .....	68
Scheda descrittiva realizzazione di nuovi posti letto in b&b e affittacamere non professionali .....	70
Scheda descrittiva realizzazione di nuovi posti letto in affittacamere professionali .....	72
Scheda descrittiva realizzazione di nuovi posti letto in agriturismo .....	75
Scheda descrittiva progetti integrati pubblico/privati e progetti singoli per realizzazione di servizi di prima necessità ..	77
Scheda descrittiva progetti integrati pubblico/privati per la realizzazione di servizi ricreativi e attività culturali .....	80
Scheda descrittiva azioni di marketing per la promozione del prodotto territorio .....	83
5.2. <b>MISURA 421: COOPERAZIONE</b> .....	85
5.2.1. <i>Progetto "GAL Item" per la Creazione di una rete di itinerari tematici transregionali.</i> .....	86
5.2.2. <i>Progetto di cooperazione transnazionale 1: "GAL Inter Tour"</i> .....	91
5.2.3. <i>Progetto di cooperazione transnazionale 2: Strategia di commercializzazione integrata</i> .....	97
5.3. <b>MISURA 431: COSTI DI GESTIONE, ACQUISIZIONE DI COMPETENZE, ANIMAZIONE.</b> .....	103
5.3.1. <i>Costi di gestione del GAL</i> .....	103
5.3.2. <i>Acquisizione di competenze (formazione e partecipazione a iniziative di assistenza tecnica)</i> .....	104
5.3.3. <i>Animazione sul territorio</i> .....	105
5.4. <b>QUADRO SINOTTICO.</b> .....	107
<b>CAPITOLO 6. PIANO FINANZIARIO.</b> .....	<b>110</b>
6.1. <b>PIANO FINANZIARIO DEL PSL PER MISURE E AZIONI</b> .....	110
6.2. <b>INDICAZIONE MISURE, AZIONI E INTERVENTI FINANZIABILI CON EVENTUALI RISORSE AGGIUNTIVE.</b> .....	111
<b>CAPITOLO 7. COMPLEMENTARITÀ DELLA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE.</b> .....	<b>112</b>
<b>CAPITOLO 8. VALUTAZIONE DI REALIZZAZIONE (prodotto), risultato e impatto.</b> .....	<b>120</b>
<b>CAPITOLO 9. PROCEDURE ATTUATIVE DEL PSL.</b> .....	<b>124</b>
9.1. <b>MODALITÀ.</b> .....	124
9.2. <b>CALENDARIO</b> .....	126
9.2.1. <b>CRONOPROGRAMMA PROCEDURALE.</b> .....	126
9.2.2. <b>CRONOPROGRAMMA FINANZIARIO.</b> .....	128
9.3. <b>DURATA</b> .....	129
9.4. <b>CAPOFILE AMMINISTRATIVO E FINANZIARIO.</b> .....	129
<b>CAPITOLO 10. DESCRIZIONE DEL GAL</b> .....	<b>131</b>
10.1. <b>COSTITUZIONE E COMPAGINE.</b> .....	131
10.2. <b>AMMINISTRATORI</b> .....	132
10.3. <b>ORGANIGRAMMA</b> .....	132
10.4. <b>DOTAZIONI STRUMENTALI</b> .....	133
10.5. <b>ATTIVITÀ IN CORSO E PREVISTE PER IL PERIODO 2007-2013</b> .....	134
<b>CAPITOLO 11. FUNZIONAMENTO DEL PARTENARIATO.</b> .....	<b>135</b>
<b>CAPITOLO 12. INFORMAZIONE AL PUBBLICO SUL PSL.</b> .....	<b>136</b>



## Dati identificativi del GAL

Nome  
(ragione sociale) del GAL **Torre Natisone GAL Società Consortile a responsabilità limitata**

---

Codice fiscale  
Partita IVA 02392590309

---

Sede Via Lungotorre n. 26 33017 Tarcento (UD)

---

Indirizzi e  
telefono tel.: 0432 793295  
fax: 0432 793295  
e-mail: [info@torreleader.org](mailto:info@torreleader.org)  
sito internet: [www.torreleader.org](http://www.torreleader.org)

---

Legale  
rappresentate  
del GAL Presidente  
Achille Gaudio

---

Direttore Guglielmo Favi

---

Capofila  
amministrativo  
e finanziario Comunità Montana del Torre, Natisone e Collio  
C.F e P.IVA 02287530303  
Via Arengo della Slavia n. 1 33049 San Pietro al Natisone  
Tel 0432 727552  
Fax 0432 727325  
e-mail: [info@cm-tnc.regione.fvg.it](mailto:info@cm-tnc.regione.fvg.it)  
Dirigente Area Ricerca Innovazione e Sviluppo ing. Duilio Cosatto

---

## CAPITOLO 1. DESCRIZIONE DELL'AREA

### 1.1. Delimitazione del territorio di applicazione della strategia di sviluppo locale

#### 1.1.1. Elenco dei comuni

Elenco dei Comuni interessati dall'attuazione dell'asse 4 come da allegato 1 del PSR distinti per:

COMUNI AREA D

Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo

Comune di Drenchia  
Comune di Grimacco  
Comune di Lusevera  
Comune di Pulfero  
Comune di San Leonardo  
Comune di Savogna  
Comune di Stregna  
Comune di Taipana

COMUNI AREA C

Aree rurali intermedie interconnesse al sistema territoriale che caratterizza le aree D

Comune di Attimis  
Comune di Cividale del Friuli  
Comune di Faedis  
Comune di Magnano in Riviera  
Comune di Nimis  
Comune di Prepotto  
Comune di San Pietro al Natisone  
Comune di Tarcento  
Comune di Torreano

#### 1.1.2. Abitanti

Abitanti riferiti all'anno 2005 e superficie per comune interessati dal PSL.

Comune	n° Abitanti (anno 2005)	SUPERFICIE (Kmq)		
		Area C	Area D	Totale C+D
Comune di Attimis	1.932	33,35		<b>33,35</b>
Comune di Cividale del Friuli	11.537	50,49		<b>50,49</b>
Comune di Drenchia	161		13,36	<b>13,36</b>
Comune di Faedis	3.057	46,62		<b>46,62</b>
Comune di Grimacco	443		16,37	<b>16,37</b>
Comune di Lusevera	758		52,80	<b>52,80</b>
Comune di Magnano in Riviera	2.323	8,51		<b>8,51</b>
Comune di Nimis	2.895	33,87		<b>33,87</b>
Comune di Prepotto	880	33,23		<b>33,23</b>
Comune di Pulfero	1.144		48,03	<b>48,03</b>
Comune di San Leonardo	1.184		27,02	<b>27,02</b>
Comune di San Pietro al Natisone	2.214	24,05		<b>24,05</b>
Comune di Savogna	589		22,11	<b>22,11</b>
Comune di Stregna	430		19,75	<b>19,75</b>
Comune di Taipana	741		65,58	<b>65,58</b>
Comune di Tarcento	9.008	35,06		<b>35,06</b>
Comune di Torreano	2.296	34,87		<b>34,87</b>
Fonte ISTAT	<b>41.592</b>	<b>300,05</b>	<b>265,02</b>	<b>565,07</b>

### 1.1.3. Rappresentazione cartografica.

Rappresentazione cartografica della Regione FVG con evidenziazione dell'area interessata.



## 1.2. Analisi dell'area

### a) Il territorio e l'ambiente

Il territorio complessivamente si pone nella parte finale dell'arco delle Prealpi Giulie; a sud lambisce gli ultimi agglomerati urbani della cintura udinese, risale ad est lungo le Valli del Natisone per definire poi il confine italo-sloveno, a nord demarca, con la catena dei Monti Musi, la Val Resia e, ad ovest, confina con il comprensorio del Gemonese.

Il territorio è caratterizzato da uno sviluppo prevalentemente longitudinale, su livelli altimetrici crescenti; la zona meridionale gravita (non soltanto in senso geografico) sulla sottostante pianura udinese, quella settentrionale e più in quota, vive in condizioni di accentuata marginalità.

Da un punto di vista idrografico, l'area di competenza del GAL appartiene al bacino del fiume Isonzo e si suddivide nei seguenti sottobacini (da ovest verso est): Torrente Urana e Ledra, Torrente Torre (sottobacino principale), Torrente Cornappo, Torrente Malina, Fiume Natisone e Torrente Grivò.

Il reticolo idrografico superficiale è dunque assai denso, il che determina, da un lato, una notevole complessità orografica, dall'altro, una ricchezza d'acqua difficilmente riscontrabile, che connota con decisione il paesaggio.

Le forme ed il panorama, connotati essenzialmente da un paesaggio di transizione e quindi da una eterogeneità sia degli ambienti naturali, sia di quelli antropici, sono sinteticamente distinguibili in quattro fasce, poste su orizzonti latitudinali ed altimetrici:

- zona montana
- zona submontana
- zona collinare
- zona pianiziale

L'orografia è quindi caratterizzata da rilievi emergenti dalla pianura in una progressione di contrafforti che via via si elevano in quota e la cui orientazione generale è posta su assi con direzione E-O (spinte orogenetiche alpine) a settentrione e ad occidente e con direzione NE-SO (spinte orogenetiche dinariche) verso sud e ad oriente; così le incisioni vallive dei torrenti Torre e Cornappo percorrono linee N-S mentre i torrenti Lagna, Malina e Grivò solcano i rilievi con una direttrice NE-SO. I complessi montuosi assumono, da nord a sud, linee che si fanno viepiù meno marcate, con inclinazioni che progressivamente diminuiscono; tale dato va messo in relazione al grado di erodibilità delle rocce: calcari e dolomie a nord, complessi terrigeni (calcareniti, marne, arenarie) a sud.

La disposizione orografica descritta è determinante per il clima ed, in ultima analisi, concorre a decidere sia sugli insediamenti umani, sia sulle destinazioni produttive del territorio.

Il territorio presenta così una complessità strutturale dovuta alla compresenza di ambiti afferenti a sistemi territoriali, socio-economici ed ambientali differenti, ai quali corrispondono approcci conoscitivi ed operativi differenti:

**1. Area D: trattasi di un'area precipuamente montana** che riferisce all'alta valle del Torre e del Natisone, comprese le frazioni in quota dei comuni dell'area tarcentino-cividalese, le cui condizioni strutturali e socio-economiche si connotano per l'accentuazione dell'isolamento progressivo (impermeabilità fisica e culturale) rispetto ai modelli di sviluppo dei sistemi territoriali limitrofi. L'ormai definitiva scomparsa delle attività agricole e boschive tradizionali ha causato una situazione di abbandono e di degrado che rende sempre più problematica l'utilizzazione a fini turistici delle pur importanti valenze sportive (trekking, equitazione, volo libero, bird and animal watching, arrampicata ecc.) naturalistiche e paesaggistiche.

Va sottolineato che in questo territorio sono presenti i principali accessi internazionali alla repubblica di Slovenia;

**2. Area C: area pianiziale** rappresentata dal quadrante a nord-est di Udine che progressivamente si definisce, con varia intensità, come appartenente alla conurbazione udinese, sia per situazione socio-economica sia come integrazione dei modelli insediativi. In tale sistema si evincono in particolare alcuni insediamenti dotati di "centralità" rispetto al sistema: il sistema commerciale della Pontebbana con al

vertice Tarcento, e dall'altro, molto più consistente, il sistema urbano di Cividale, che per complessità di servizi, dotazioni infrastrutturali, valori urbani e culturali gioca un ruolo importante anche se spesso poco percepito per le opportunità rispetto ad un sistema di area vasta;

**3. Area C: il sistema collinare** in cui, in particolare nell'area del Cividalese, sono centrali gli elementi strutturali legati alla produzione viticola che determina anche la qualità paesaggistica dei siti. Questo svolge una funzione di cerniera con il sistema dell'area di pianura. Il modello produttivo di questo sistema territoriale sta progressivamente contaminando positivamente, per innalzamento della qualità paesaggistica, anche il sistema collinare posto a nord di Udine attraverso il consolidamento e l'espansione della filiera produttiva vitivinicola.

Il PSR individua in maniera esauriente – e pienamente applicabile al territorio di competenza del GAL - le problematiche dell'area D anche in relazione al ruolo che in connessione ad essa ha assunto l'area C:

*L'area D "... presenta una situazione sociale caratterizzata da elementi di debolezza demografica accumulatisi nel tempo. Il dato più evidente è rappresentato dalla bassa densità abitativa, risultato, oltre che della configurazione geomorfologica che limita le possibilità di insediamento abitativo, di passati movimenti emigratori. Lo spopolamento ha provocato un progressivo abbandono dei centri abitati minori, situati generalmente in quota, e degli insediamenti abitativi isolati, la cui vitalità era collegata a pratiche agro-silvo-forestali cadute in disuso.*

*Il degrado demografico, la modificazione della composizione della popolazione per fasce di età, la diminuzione drastica delle componenti attive, sono tutti fenomeni presenti, in misura diversa, in buona parte della montagna europea. Tuttavia la montagna friulana segnala anche in questo caso peculiarità significative: è storicamente mancato lo sviluppo di nuovi punti di eccellenza (per esempio turistici) e le attività tradizionali non sono state sostituite, come altrove, da una reinterpretazione originale delle risorse, basata sulla pluriattività, sull'integrazione delle economie e dei redditi, sulla valorizzazione delle nicchie entro le quali si può immaginare la competitività delle produzioni montane. Anche le iniziative industriali, variamente diffuse nella montagna europea, sono rimaste polarizzate attorno ad alcuni centri vallivi e pedemontani all'interno dei quali si è parzialmente trasferita la popolazione montana.*

*In questo quadro evolutivo, la vitalità economica e sociale dell'area considerata è venuta a dipendere dallo sviluppo dei centri maggiori di fondovalle e dalle relazioni con le attività produttive presenti nelle altre aree regionali. Si è trattato di un processo che ha provocato, nelle aree più marginali, una riduzione o un ridimensionamento delle attività economiche e sociali di servizio collegate alla residenza, che hanno a loro volta contribuito a rafforzare la spinta al loro abbandono da parte della popolazione.*

*I centri di fondovalle e le aree intermedie si sono pertanto andate ad integrare con le aree limitrofe che hanno conosciuto il processo sociale sopra descritto, attrezzandosi anche per sostenere, oltre alla richiesta di lavoro da parte della popolazione delle aree marginali, anche quella di servizi, poggianti entrambe sulle possibilità di mobilità assicurate dal sistema viario e dei trasporti. L'integrazione tra le suddette aree (aree C e D) è resa evidente dalla comune appartenenza – con le eccezioni rappresentate da alcuni Comuni della collina morenica del Friuli centrale, – al territorio che la Regione, come sopra ricordato, considera montano.*

*Oltre agli effetti sociali, il processo descritto ha provocato un lento ma costante mutamento dell'ambiente alpino e prealpino, con una riduzione delle zone interessate dall'opera modellatrice dell'uomo e, quindi, con l'impoverirsi del paesaggio rurale, quale prodotto delle attività agricole e delle pratiche o lavori di manutenzione ambientale. L'agricoltura ha perso i suoi equilibri tradizionali, rimanendo peraltro una delle reali specializzazioni della montagna regionale, che può essere riconosciuta, oggi, solo utilizzando indicatori (come le giornate di lavoro equivalenti, piuttosto che gli attivi in agricoltura) sensibili nel cogliere la destrutturazione del settore, in cui operano soggetti part-time e molti conduttori anziani o non attivi.*

*Un mutamento, questo, che ha interessato in parte anche la fascia intermedia collinare, per effetto del generalizzato abbandono del lavoro agricolo come attività principale."*

#### b) l'assetto istituzionale;

Il territorio del GAL fa parte della Comunità Montana Torre Natisone Collio, pur non corrispondendo totalmente ad essa. Del territorio di competenza del GAL, infatti, non fanno parte le aree comunitarie del Collio e del Comune di Povoletto in quanto tali territori sono stati classificati fra le aree B ovvero "aree rurali ad agricoltura intensiva specializzata" (e pertanto escluse dall'attività "leader").

La Comunità Montana costituisce il riferimento naturale per buona parte del territorio, con particolare riguardo a quello collocato sulle quote più alte. In tali aree le Amministrazioni Comunali costituiscono un autentico presidio sia per la gestione del territorio che per le attività e competenze istituzionalmente attribuite. Al di là di tali loro funzioni, i comuni in quota, ricercando aiuto e collaborazione da parte delle altre istituzioni regionali - con particolare riguardo, come detto, all'Ente Montano - tendono a farsi carico delle difficili e complesse problematiche - anche economiche - delle rispettive comunità. Queste infatti, dissanguate dall'emigrazione e dalla perdita di attività, vivono una situazione di disagio sempre maggiore, soprattutto se confrontate con le condizioni di vita e di lavoro di aree anche vicine più prossime agli standard di collegamenti e di servizi considerati accettabili.

Nelle altre aree la presenza di centri urbani di una certa consistenza - e comunque di attività economiche diversificate (agricoltura e artigianato, servizi ed attività commerciali, turismo e accoglienza ecc.) - rendono più complessa e maggiormente dinamica la realtà sociale. Oltre al ruolo della Comunità Montana e delle amministrazioni comunali, una funzione maggiore in questa area hanno le associazioni di categoria e le associazioni di produttori, i consorzi, le aree di insediamento industriale e commerciale ecc.

All'interno delle istituzioni caratterizzanti il territorio, il GAL assume una funzione di rilievo, sempre più ampiamente riconosciuta, di "progettista" e artefice di interventi di sviluppo locale, collaboratore principale della Comunità Montana e utile interlocutore per amministrazioni comunali, imprenditori, associazioni ecc.

#### c) la società;

Le aree di fascia D costituiscono un complesso di territori con una drastica riduzione della capacità di riproduzione sociale (le aree montane marginali). Questi territori, avuto riguardo alla struttura demografica, risultano quasi refrattari rispetto a politiche classiche di sviluppo economico. Le comunità numericamente più ridotte hanno perso, o stanno perdendo, anche i servizi più essenziali, quali negozi di generi di prima necessità, esercizi pubblici che svolgono una importante funzione sociale, servizi

essenziali. Difficoltà crescenti si rilevano inoltre nei trasporti, e quindi nell'accesso a cure mediche, approvvigionamento di medicinali, servizi postali e anagrafici ecc.

Nei territori di fascia C va imponendosi un modello peri-urbano che trova la sua manifestazione fisica nel modello insediativo diffuso ed unifamiliare. I fenomeni di immigrazione straniera stanno assumendo un qualche rilievo, con tendenze ad una crescente percezione del fenomeno in termini di problematicità da parte dei residenti, e vanno socialmente governati soprattutto quando riguardano situazioni in cui l'articolazione sociale è compromessa.

In particolare nelle aree di contorno all'area udinese, il modello insediativo e culturale soppianta le tradizionali identità rurali, esasperando le difficoltà dei modelli urbani, e di fatto impedendo l'accesso alle "libertà urbane".

I valori identitari sono più radicati nelle comunità con forte connotazione etnicolinguistiche, e anche se supportati da forti contenuti evocativi e rappresentativi, sono attaccati dalla crisi demografica incombente.

L'andamento demografico, la densità abitativa e la composizione della popolazione per fasce d'età fotografa la situazione sociale così come rappresentata nelle pagine precedenti, evidenziando l'andamento diseguale fra aree C) e D) dove, in quest'ultime, si verificano fenomeni particolarmente negativi ed allarmanti, definendo, nei comuni più piccoli e maggiormente in quota, situazioni prossime al "non ritorno" con rischio di effettiva interruzione delle prospettive di riproduzione sociale. Alcune amministrazioni, in maniera particolarmente drammatica e significativa, propongono soluzioni basate sulla incentivazione di inserimenti di popolazione "esterna" anche favorendo l'insediamento di attività produttive - soprattutto nel settore primario - da parte di immigrati.

## VARIAZIONE DEMOGRAFICA

### Tasso di variazione della popolazione nel periodo 2001-2005

Comune	Area	2001 Popolazione	2005 Popolazione	Variazione 2001-2005	% Variazione 2001-2005
Comune di Attimis	C	1.830	1.932	102	5,57
Comune di Cividale del Friuli	C	11.369	11.537	168	1,48
Comune di Faedis	C	3.083	3.057	-26	-0,84
Comune di Magnano in Riviera	C	2.286	2.323	37	1,62
Comune di Nimis	C	2.837	2.895	58	2,04
Comune di Prepotto	C	900	880	-20	-2,22
Comune di San Pietro al Natisone	C	2.145	2.214	69	3,22
Comune di Tarcento	C	8.709	9.008	299	3,43
Comune di Torreano	C	2.261	2.296	35	1,55
Comune di Drenchia	D	194	161	-33	-17,01
Comune di Grimacco	D	485	443	-42	-8,66
Comune di Lusevera	D	782	758	-24	-3,07
Comune di Pulfero	D	1.198	1.144	-54	-4,51
Comune di San Leonardo	D	1.182	1.184	2	0,17
Comune di Savogna	D	662	589	-73	-11,03
Comune di Stregna	D	457	430	-27	-5,91
Comune di Taipana	D	716	741	25	3,49
Fonte ISTAT		<b>41.096</b>	<b>41.592</b>	<b>496</b>	<b>1,21</b>

## DENSITÀ ABITATIVA Abitanti / mq nel 2005

Comune	Area	Kmq	Popolazione anno 2005	Densità abitativa
Comune di Attimis	C	33,35	1.932	57,93
Comune di Cividale del Friuli	C	50,49	11.537	228,50
Comune di Faedis	C	46,62	3.057	65,57
Comune di Magnano in Riviera	C	8,51	2.323	272,97
Comune di Nimis	C	33,87	2.895	85,47
Comune di Prepotto	C	33,23	880	26,48
Comune di San Pietro al Natisone	C	24,05	2.214	92,06
Comune di Tarcento	C	35,06	9.008	256,93
Comune di Torreano	C	34,87	2.296	65,84
Comune di Drenchia	D	13,36	161	12,05
Comune di Grimacco	D	16,37	443	27,06
Comune di Lusevera	D	52,80	758	14,36
Comune di Pulfero	D	48,03	1.144	23,82
Comune di San Leonardo	D	27,02	1.184	43,82
Comune di Savogna	D	22,11	589	26,64
Comune di Stregna	D	19,75	430	21,77
Comune di Taipana	D	65,58	741	11,30
Fonte ISTAT		<b>565,07</b>	<b>41.592</b>	<b>73,61</b>

## COMPOSIZIONE DELLA POPOLAZIONE PER FASCE D'ETÀ Indice di vecchiaia con riferimento all'anno 2005

Comune	Area	TOTALE Popolazione anno 2005	Fasce d'età popolazione anno 2005			Indice di vecchiaia 2005
			0-14	15 - 64	65 e +	
Comune di Attimis	C	1.932	239	1.234	459	192,05
Comune di Cividale del Friuli	C	11.537	1.413	7.628	2.496	176,65
Comune di Faedis	C	3.057	369	2.013	675	182,93
Comune di Magnano in Riviera	C	2.323	285	1.555	483	169,47
Comune di Nimis	C	2.895	320	1.889	686	214,38
Comune di Prepotto	C	880	100	589	191	191,00
Comune di San Pietro al Natisone	C	2.214	268	1.528	418	155,97
Comune di Tarcento	C	9.008	1.081	5.806	2.121	196,21
Comune di Torreano	C	2.296	270	1.529	497	184,07
Comune di Drenchia	D	161	5	80	76	1.520,00
Comune di Grimacco	D	443	49	270	124	253,06
Comune di Lusevera	D	758	76	459	223	293,42
Comune di Pulfero	D	1.144	91	727	326	358,24
Comune di San Leonardo	D	1.184	125	815	244	195,20
Comune di Savogna	D	589	45	386	158	351,11
Comune di Stregna	D	430	40	253	137	342,50
Comune di Taipana	D	741	87	442	212	243,68
Fonte ISTAT		<b>41.592</b>	<b>4.863</b>	<b>27.203</b>	<b>9.526</b>	<b>195,89</b>

#### d) l'economia (i diversi settori).

Le difficoltà economiche dell'**area montana/marginale** è specularmente alla crisi demografica. In queste aree i modelli classici di investimento hanno mostrato nel passato limiti e fallimenti. Gli interventi diretti a sostenere le attività economiche locali hanno dato risultati ridottissimi scontando una loro rarefazione territoriale e una conseguente mancanza di massa critica necessaria ad invertire tendenze ormai cristallizzate nel tempo.

L'impostazione delle azioni programmatiche deve spostare l'attenzione sulla disponibilità di risorse ambientali e naturali di queste aree favorendo, con particolare riguardo alle attività produttive residuali, un collegamento verticale con le attività ed il territorio di fascia C) a favorirne l'inserimento in un contesto più dinamico e maggiormente orientato all'innovazione ed al collegamento orizzontale con altre attività, con particolare riguardo al turismo rurale.

L'area non montana è assimilabile per qualità delle **produzioni industriali e artigiane** agli andamenti del sistema produttivo e commerciale udinese: i rischi sono connessi alla composizione per comparto e alla mancanza di adeguate infrastrutture di trasporto e soprattutto di comunicazione, carenza, quest'ultima, estremamente minacciosa per la stabilizzazione delle strutture produttive e per l'insediamento di attività innovative e di servizio.

#### L'agricoltura

Nel **settore agricolo** particolare rilevanza assumono le produzioni vitivinicole per la loro elevata qualità, la dimensione paesaggistica particolarmente accattivante che determinano, il potenziale ruolo di prodotto di attacco del territorio che possono assumere e che, in parte, hanno già assunto. Le **aziende vitivinicole** appartengono a due distinte categorie:

- le aziende che vendendo l'uva entrano in una filiera produttiva con trasformazione ad opera di società cooperative, consorzi o aziende agroalimentari;
- le aziende che concludono il processo produttivo all'interno e - spesso - provvedono alla vendita diretta del prodotto imbottigliato.

La produzione vitivinicola è storicamente diffusa nell'area ma ha raggiunto nel tempo una dimensione produttiva di punta solo nel Cividalese, mentre nell'area del Tarcentino è più recente ed ancora in fase di espansione sia sotto il profilo dell'incremento qualitativo che di presenza sul mercato.

Accanto a tale settore numerose sono le produzioni di nicchia, nel settore ortofrutticolo, negli allevamenti e nella produzione/lavorazione delle carni e dei latticini, ecc.

La stagnazione dei consumi e la crescita qualitativa delle produzioni extraeuropee mettono in prospettive problematiche la commercializzazione anche in ragione della sua forte polverizzazione.

## Il commercio e la ristorazione

Il settore del commercio nell'area risente in maniera grave del generale processo di concentrazione/semplificazione che investe in generale il territorio regionale e nazionale a cui si aggiunge la perdita quasi totale delle attività commerciali nei comuni di fascia D) e nelle frazioni in area montana dei comuni di fascia C).

Il fenomeno, che in parte risponde ad esigenze di razionalizzazione e di economicità della rete distributiva, è principalmente dovuto al calo demografico pressoché generalizzato delle parti più alte del territorio.

La eccessiva rarefazione della rete commerciale e la sua concentrazione nel fondovalle è un fenomeno negativo sia per gli aspetti sociali che comporta di carenza di servizi per le aree D), sia per le difficoltà che comporta ad un incremento delle attività turistiche che risultano improponibili in aree destrutturate.

Attività Produttive	Commercio al dettaglio						Commercio all'ingrosso					
	Unità locali			Addetti			Unità locali			Addetti		
	anno 1991	Anno 2001	Variazione % 2001-1991	anno 1991	anno2001	Variazione % 2001-1991	anno 1991	Anno 2001	Variazione % 2001-1991	anno 1991	Anno 2001	Variazione % 2001-1991
Attimis	25	18	-28,0	45,0	41	-8,9	4	11	175,0	7,0	11	57,1
Cividale del Friuli	194	164	-15,5	571,3	505	-11,6	32,01	49	53,1	107,0	106	-0,9
Drenchia	-	-	-	-	-	-100,0	-	-	-	-	-	-
Faedis	30	19	-36,7	59,0	45	-23,7	11,01	6	-45,5	18,0	30	66,7
Grimacco	5	2	-60,0	5,0	2	-60,0	-	-	-	-	-	-
Lusevera	2	3	50,0	2,0	3	50,0	-	2	-	-	3	-
Magnano in Riviera	16	13	-18,8	49,0	26	-46,9	5	15	200,0	12,0	25	108,3
Nimis	38	32	-15,8	77,0	60	-22,1	10	7	-30,0	18,0	9	-50,0
Prepotto	11	10	-9,1	16,0	14	-12,5	2,999	2	-33,3	12,0	2	-83,3
Pulfero	11	5	-54,5	13,0	8	-38,5	2,999	2	-33,3	8,0	2	-75,0
San Leonardo	16	10	-37,5	34,0	19	-44,1	1	4	300,0	1,0	4	300,0
San Pietro al Natisone	23	14	-39,1	41,0	20	-51,2	6	9	50,0	9,0	17	88,9
Savogna	6	2	-66,7	10,0	3	-70,0	-	-	-	-	-	-
Stregna	3	2	-33,3	4,0	2	-50,0	-	2	-	-	2	-
Taipana	3	3	0,0	5,0	3	-40,0	-	-	-100,0	-	-	-100,0
Tarcento	155	81	-47,7	321,8	168	-47,8	21	39	85,7	-	61	-
Torreano	8	11	37,5	20,0	54	170,0	-	6	-	11,0	12	9,1
<b>TOTALE AREA PSL</b>	<b>546</b>	<b>389</b>	<b>-71,2</b>	<b>1273</b>	<b>973</b>	<b>-76,4</b>	<b>96</b>	<b>154</b>	<b>62</b>	<b>203</b>	<b>284</b>	<b>71,5</b>

<b>Regione Friuli Venezia Giulia</b>		<b>14.708</b>	<b>-19,9</b>		<b>38.845</b>	<b>-11,9</b>		<b>9.005</b>	<b>18,3</b>		<b>21.436</b>	<b>-1,7</b>
--------------------------------------	--	---------------	--------------	--	---------------	--------------	--	--------------	-------------	--	---------------	-------------

<b>Provincia di Udine</b>		<b>6.416</b>	<b>-17,0</b>		<b>17.615</b>	<b>-4,9</b>		<b>3.998</b>	<b>12,2</b>		<b>10.058</b>	<b>-4,7</b>
---------------------------	--	--------------	--------------	--	---------------	-------------	--	--------------	-------------	--	---------------	-------------

Fonte: Istat, Censimento Industria e Servizi 2001 - Appendice indicatori socioeconomici - dati elaborati a cura Servizio statistica e Gruppo di lavoro interdirezionale per lo sviluppo del Progetto montagna

Gli esercizi pubblici di ristorazione e di accoglienza, pur dimostrando ampiamente le differenze fra territori in quota e fondovalle, come verificato per quanto riguarda il settore del commercio, mostrano comunque un saldo negativo inferiore all'1% per gli esercizi ed un saldo positivo dello 0,03% per quanto riguarda gli addetti. La forte tenuta dei valori numerici complessivi nasconde il crollo in quota e l'incremento nel fondovalle con una punta del 16,67% a Cividale.

L'incremento sembra seguire quello delle attività turistiche e delle località maggiormente soggette a visite giornaliere che, come si può indirettamente evincere anche da questo dato, hanno una motivazione in cui gli aspetti enogastronomici sono particolarmente rilevanti.

Il dato è sottolineato dal fatto che i dati dell'area sono in controtendenza rispetto a quelli generali della provincia e della regione, in cui i saldi sono nettamente negativi, almeno per quanto riguarda il numero degli esercizi.

ALBERGHI E RISTORANTI - ADDETTI	Unità locali			Addetti		
	1991	2001	Variazione %	1991	2001	Variazione %
Comune di Attimis	11	12	9,09	16	42	162,50
Comune di Cividale del Friuli	90	105	16,67	252	303	20,24
Comune di Drenchia	5	3	-40,00	10	4	-60,00
Comune di Faedis	23	20	-13,04	42	32	-23,81
Comune di Grimacco	5	3	-40,00	9	3	-66,67
Comune di Lusevera	15	11	-26,67	34	15	-55,88
Comune di Magnano in Riviera	16	14	-12,50	64	38	-40,63
Comune di Nimis	28	28	0,00	68	78	14,71
Comune di Prepotto	19	9	-52,63	35	16	-54,29
Comune di Pulfero	12	9	-25,00	23	22	-4,35
Comune di San Leonardo	17	8	-52,94	36	13	-63,89
Comune di San Pietro al Natisone	22	21	-4,55	33	43	30,30
Comune di Savogna	9	5	-44,44	19	8	-57,89
Comune di Stregna	5	7	40,00	7	10	42,86
Comune di Taipana	13	6	-53,85	20	8	-60,00
Comune di Tarcento	59	60	1,69	172	208	20,93
Comune di Torreano	20	19	-5,00	40	28	-30,00
<b>TOTALE AREA PSL</b>	<b>2.360</b>	<b>2.341</b>	<b>-0,81</b>	<b>2.871</b>	<b>2.872</b>	<b>0,03</b>

<b>Provincia di Udine</b>	<b>3.780</b>	<b>3.513</b>	<b>-7,06</b>	<b>9.834</b>	<b>10.903</b>	<b>10,87</b>
---------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------	--------------

<b>Friuli Venezia Giulia</b>	<b>7.459</b>	<b>7.224</b>	<b>-3,15</b>	<b>20.738</b>	<b>22.926</b>	<b>10,55</b>
------------------------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------	--------------

Fonte: Istat, Censimento Industria e Servizi 2001 - Appendice indicatori socioeconomici - dati elaborati a cura Servizio statistica e Gruppo di lavoro interdirezionale per lo sviluppo del Progetto montagna

## Il turismo

I dati relativi alle presenze ed agli arrivi sono disponibili fino all'anno 2003 e sono accorpati per Comunità Montana. Il territorio di competenza del GAL pertanto deve essere necessariamente considerato assieme al territorio del Collio, escluso dalla operatività dell'ASSE IV del PSR.

### MOVIMENTI TURISTICI - ARRIVI PER PROVENIENZA

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	%Variazione 2003-1994
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	--------------------------

#### **Carnia**

Tot Stranieri	8.041	14.042	11.684	14.420	15.510	19.877	22.742	22.370	20.402	20.131	150,4
Tot Italia	74.309	74.541	71.497	81.004	87.946	91.443	96.536	96.526	92.391	100.124	34,7
TOTALE	82.350	88.583	83.181	95.424	103.456	111.320	119.278	118.896	112.793	120.255	46,0

#### **Gemonese**

Tot Stranieri	23.305	25.442	24.651	26.220	24.175	25.830	28.202	26.673	28.789	26.030	11,7
Tot Italia	63.889	62.435	67.365	66.781	66.014	62.682	66.277	68.593	66.127	65.462	2,5
TOTALE	87.194	87.877	92.016	93.001	90.189	88.512	94.479	95.266	94.916	91.492	4,9

#### **Friuli occidentale**

Tot Stranieri	14.507	17.428	17.303	17.804	17.952	20.636	21.400	20.847	21.309	22.130	52,5
Tot Italia	28.659	32.127	33.954	31.343	33.991	34.749	40.259	41.105	40.795	41.611	45,2
TOTALE	43.166	49.555	51.257	49.147	51.943	55.385	61.659	61.952	62.104	63.741	47,7

#### **Torre Natisone Collio**

Tot Stranieri	13.857	19.707	19.258	18.927	18.522	16.690	21.479	21.356	22.234	20.155	45,4
Tot Italia	21.097	20.169	20.212	20.553	20.502	17.513	19.901	21.498	20.169	20.112	-4,7
TOTALE	34.954	39.876	39.470	39.480	39.024	34.203	41.380	42.854	42.403	40.267	15,2

#### **TOT Comunità Montane**

Tot Stranieri	58.710	76.619	72.896	77.371	76.159	83.033	93.823	91.246	92.734	88.446	50,6
Tot Italia	187.954	189.272	193.028	199.681	208.453	206.387	222.973	227.722	219.482	227.309	20,9
TOTALE	246.664	265.891	265.924	277.052	284.612	289.420	316.796	318.968	312.216	315.755	28,0

#### **TOT Friuli Venezia Giulia**

Tot Stranieri	622.439	757.368	708.777	703.103	714.317	726.897	757.535	777.789	755.813	722.092	16,0
Tot Italia	890.133	907.226	927.503	928.413	932.444	919.615	962.515	995.495	978.245	983.724	10,5
TOTALE	1.512.572	1.664.594	1.636.280	1.631.516	1.646.761	1.646.512	1.720.050	1.773.284	1.734.058	1.705.816	12,8

Fonte: Direzione Centrale Attività Produttive

## MOVIMENTI TURISTICI - PRESENZE PER PROVENIENZA

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	%Variazion 2003-1994
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------------------------

**Carnia**

Tot Stranieri	33.524	71.465	58.887	73.329	78.532	103.850	112.358	104.593	99.166	94.009	180,4
Tot Italia	772.600	755.427	739.148	758.818	802.082	818.372	820.257	832.072	789.269	807.493	4,5
TOTALE	806.124	826.892	798.035	832.147	880.614	922.222	932.615	936.665	888.435	901.502	11,8

**Gemonese**

Tot Stranieri	59.728	62.143	65.464	79.381	57.577	74.676	71.173	60.477	75.305	68.011	13,9
Tot Italia	247.002	242.795	285.766	261.041	241.910	251.678	237.667	245.642	246.581	255.374	3,4
TOTALE	306.730	304.938	351.230	340.422	299.487	326.354	308.840	306.119	321.886	323.385	5,4

**Friuli occidentale**

Tot Stranieri	201.324	208.306	166.027	156.580	148.470	193.485	134.341	121.322	122.510	146.812	-27,1
Tot Italia	134.855	168.890	178.640	162.030	165.878	182.015	199.207	187.534	177.150	200.718	48,8
TOTALE	336.179	377.196	344.667	318.610	314.348	375.500	333.548	308.856	299.660	347.530	3,4

**Torre Natisone Collio**

Tot Stranieri	36.777	47.622	48.405	51.835	49.986	42.482	57.599	56.366	61.694	59.853	62,7
Tot Italia	56.175	54.951	64.525	61.263	59.144	52.098	52.848	63.887	65.125	62.562	11,4
TOTALE	92.952	102.573	112.930	113.098	109.130	94.580	110.447	120.253	126.819	122.415	31,7

**TOT Comunità Montane**

Tot Stranieri	331.353	389.536	338.783	361.125	334.565	414.493	375.471	342.758	358.675	368.685	11,3
Tot Italia	1.210.632	1.222.063	1.268.079	1.243.152	1.269.014	1.304.163	1.309.979	1.329.135	1.278.125	1.326.147	9,5
TOTALE	1.541.985	1.611.599	1.606.862	1.604.277	1.603.579	1.718.656	1.685.450	1.671.893	1.636.800	1.694.832	9,9

**TOT Friuli Venezia Giulia**

Tot Stranieri	3.772.542	4.425.401	4.187.502	3.798.888	3.856.767	4.068.331	4.024.626	4.128.666	3.961.092	3.678.667	-2,5
Tot Italia	5.499.551	5.507.873	5.310.059	5.215.143	5.221.195	5.180.582	5.186.447	5.442.211	5.253.203	5.184.426	-5,7
TOTALE	9.272.093	9.933.274	9.497.561	9.014.031	9.077.962	9.248.913	9.211.073	9.570.877	9.214.295	8.863.093	-4,4

Fonte: Direzione Centrale Attività Produttive

Ciononostante sotto il profilo qualitativo e del target dei suoi frequentatori, sulla carenza di posti letto e sull'importanza delle "visite" e non solo del turismo classico non esistono sostanziali differenze fra i due territori.

Innanzitutto, sia dal raffronto fra arrivi e presenze per quanto riguarda la permanenza media, sia dai valori assoluti ed in termini percentuali su arrivi e presenze, il territorio considerato si pone all'ultimo posto fra i territori montani della regione.

Lo sforzo compiuto nella creazione di nuovi posti letto, nella realizzazione della rete delle attività ricettive non professionali, della realizzazione del portale Alpi Prealpi Giulie, nella realizzazione di servizi e nella funzionalizzazione turistica delle attività commerciali agricole ed artigianali si dimostra pertanto ampiamente giustificato anche se i suoi effetti inizieranno a dispiegarsi solo da ora, ovvero solo a completamento del PSL Alpi Prealpi Giulie.

Un dato caratterizza comunque il territorio considerato e riguarda la struttura delle presenze turistiche, pressoché pari fra turisti italiani e turisti stranieri (48,89%) contro una percentuale media delle aree di Comunità Montana del 28% e della regione del 41,51%.

Questo dato evidenzia alcuni aspetti del flusso turistico locale:

- le risorse turistiche dell'area sono note e particolarmente apprezzate dagli stranieri che, presumibilmente, tendono a frequentare la zona in qualità di turisti più che di visitatori attratti presumibilmente dalla principale risorsa turistica dell'area rappresentata dal turismo enogastronomico/agroalimentare;
- il numero di stranieri che il territorio è in grado di accogliere è basso e la carenza di posti letto costituisce il collo di bottiglia del turismo nell'area;
- la struttura delle presenze turistiche è particolarmente interessante in quanto, più di altre, è in grado di sfruttare il differenziale "mondo del nord" "mondo mediterraneo" che già con il PSL Alpi Prealpi Giulie si poneva come elemento utile a favorire lo sviluppo del flusso turistico;
- una così netta differenziazione dei target territoriali costituisce un valore importante in quanto supera la monocultura tipica di altre aree preservandola maggiormente da negativi andamenti di mercato legati a situazioni regionali e nazionali.

SITUAZIONEARRIVI1994/2003											
Tot	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	%Variazione 2003-1994
<b>Carria</b>											
Stranieri	8041	14042	11684	14420	15510	19877	22742	22370	20402	20131	1504
Italia	74309	74541	71497	81004	87946	91443	96536	96526	92391	100124	347
<b>TOTALE</b>	<b>82350</b>	<b>88583</b>	<b>83181</b>	<b>95424</b>	<b>103456</b>	<b>111320</b>	<b>119278</b>	<b>118896</b>	<b>112793</b>	<b>120255</b>	<b>460</b>
<b>Gemonese Canal del Ferro Vakanale</b>											
Stranieri	23305	25442	24651	26220	24175	25830	28202	26673	28789	26030	117
TotItalia	63889	62435	67365	66781	66014	62682	66277	68593	66127	65462	25
<b>TOTALE</b>	<b>87194</b>	<b>87877</b>	<b>92016</b>	<b>93001</b>	<b>90189</b>	<b>88512</b>	<b>94479</b>	<b>95266</b>	<b>94916</b>	<b>91492</b>	<b>49</b>
<b>Friulioccidentale</b>											
Stranieri	14507	17428	17303	17804	17952	20636	21400	20847	21309	22130	525
Italia	28659	32127	33954	31343	33991	34749	40259	41105	40795	41611	452
<b>TOTALE</b>	<b>43166</b>	<b>49555</b>	<b>51257</b>	<b>49147</b>	<b>51943</b>	<b>55385</b>	<b>61659</b>	<b>61952</b>	<b>62104</b>	<b>63741</b>	<b>47,7</b>
<b>TorreNatisoneCollio</b>											
Stranieri	13857	19707	19258	18927	18522	16690	21479	21356	22234	20155	454
Italia	21097	20169	20212	20553	20502	17513	19901	21498	20169	20112	-4,7
<b>TOTALE</b>	<b>34954</b>	<b>39876</b>	<b>39470</b>	<b>39480</b>	<b>39024</b>	<b>34203</b>	<b>41380</b>	<b>42854</b>	<b>42403</b>	<b>40267</b>	<b>152</b>
<b>TOTComunitàMontane</b>											
Stranieri	58710	76619	72896	77371	76159	83033	93823	91246	92734	88446	506
TotItalia	187954	189272	193028	199681	208453	206387	222973	227722	219482	227309	209
<b>TOTALE</b>	<b>246664</b>	<b>265891</b>	<b>265924</b>	<b>277052</b>	<b>284612</b>	<b>289420</b>	<b>316796</b>	<b>318968</b>	<b>312216</b>	<b>315755</b>	<b>280</b>
<b>TOTFriuliVeneziaGiulia</b>											
Stranieri	622439	757368	708777	703103	714317	726897	757535	777789	755813	722092	160
Italia	890133	907226	927503	928413	932444	919615	962515	995495	978245	983724	105
<b>TOTALE</b>	<b>1512572</b>	<b>1664594</b>	<b>1636280</b>	<b>1631516</b>	<b>1646761</b>	<b>1646512</b>	<b>1720050</b>	<b>1773284</b>	<b>1734058</b>	<b>1705816</b>	<b>128</b>

<b>Permanenza media e % sul totale Comunità Montane e sul totale Regione anno 2003</b>						
	Arrivi 2003	Presenze 2003	Permanenza media	% sul totale Comunità M.	Percentuale sul totale Regione	% presenze turisti stranieri sul totale presenze
<b><u>Carnia</u></b>						
Tot Stranieri	20.131	94.009	7,50	53,19	10,17	10,43
Tot Italia	100.124	807.493				
<b>TOTALE</b>	<b>120.255</b>	901.502				
<b><u>Gemonese Canal del Ferro Valcanale</u></b>						
Tot Stranieri	26.030	68.001	3,53	19,08	3,65	21,03
Tot Italia	65.462	255.374				
<b>TOTALE</b>	<b>91.492</b>	323.385				
<b><u>Friuli occidentale</u></b>						
Tot Stranieri	22.130	146.812	5,45	20,51	3,92	42,24
Tot Italia	41.611	200.718				
<b>TOTALE</b>	<b>63.741</b>	347.530				
<b><u>Torre Natisone Collio</u></b>						
Tot Stranieri	20.155	59.853	3,04	7,22	1,38	48,89
Tot Italia	20.112	62.562				
<b>TOTALE</b>	<b>40.267</b>	122.415				
<b><u>TOT Comunità Montane</u></b>						
Tot Stranieri	88.446	368.685	5,37		19,12	21,75
Tot Italia	227.309	1.326.147				
<b>TOTALE</b>	<b>315.755</b>	1.694.832				
<b><u>TOT Friuli Venezia Giulia</u></b>						
Tot Stranieri	722.092	3.678.667	5,20	1,38	58,51	41,51
Tot Italia	983.724	5.184.426				
<b>TOTALE</b>	<b>1.705.816</b>	8.863.093				

Si spiega anche con tali considerazioni il giudizio degli operatori del settore, secondo i quali l'enoturismo ed il turismo enogastronomico in genere - in crescita in Europa ed anche nella nostra regione - può rappresentare uno strumento di difesa e di crescita in grado di portare indotto all'intero territorio. Le aziende vitivinicole - in altri termini - rappresentano l'elemento di potenziale integrazione fra agricoltura, mondo rurale e attività/sviluppo turistico fornendo al territorio una possibilità di visibilità legata al nome ed al gradimento indiscusso che tali produzioni si sono meritate sui mercati nazionali ed esteri (Austria e Germania in primis).

Peraltro il turismo rurale - tema centrale dell'Asse IV del PSR - nonostante alcune situazioni di eccellenza, non costituisce ancora un settore significativamente importante per l'economia del territorio: le carenze riguardano la messa in rete dell'offerta, l'identificazione del territorio con le situazioni di eccellenza, la cura della

qualità dell'offerta, il numero - insufficiente - dei posti letto specie alberghieri, adeguate misure per l'individuazione dei target della domanda.

#### *L'attuazione del PSL Alpi Prealpi Giulie*

Nella prospettiva del superamento di tali *handicap* il PSL Alpi Prealpi Giulie (programmazione 2000-2006) ha previsto una serie di azioni fortemente innovative, se non in senso assoluto, senz'altro con riferimento al territorio ed alle aziende esistenti (piccole o piccolissime) con scarse tradizioni e poca propensione all'innovazione ed alla utilizzazione di opportunità e di strumenti legati alle nuove tecnologie.

Sostanzialmente le azioni del PSL hanno puntato agli obiettivi seguenti:

- 1) trasferimento di pacchetti tecnologici alle PMI, alle aziende agricole e commerciali onde favorire la loro presenza in internet dando nel contempo visibilità al territorio (Azione I.1);
- 2) realizzazione di nuovi posti letto ad alleviare una delle più gravi carenze dell'area (Azione II.1);
- 3) realizzazione di nuovi servizi al turista collegati alla valorizzazione delle risorse ambientali (Azione II.2);
- 4) azioni di marketing rivolte ad integrare le azioni di cui sopra (Azione III.1)
- 5) finanziamento di acquisto di attrezzature per la realizzazione (e la crescita qualitativa) di manifestazioni dedicate ai prodotti tipici locali (Azione III.1);
- 6) realizzazione della rete della ricettività non professionale sia relativamente alle iniziative finanziate dal PSL che a quelle preesistenti (Azione II.1);
- 7) realizzazione del Portale Alpi Prealpi Giulie assieme agli Uffici Turistici Sloveni (LTO) come previsto dall'Asse II del PSL sulla Cooperazione transnazionale;
- 8) integrazione, attraverso tali ultime due realizzazioni, di tutti gli interventi precedenti in quanto rete e portale unificano le varie risorse turistiche in un "prodotto territorio" in cui sono rappresentate:
  - a. le valenze commerciali (Made in Italy e commerciali in genere - Azione I.1 Progetto 3);
  - b. le valenze dell'agroalimentare e dell'enogastronomia (Azione I.1 Progetto 2);
  - c. le opportunità dell'accoglienza, della ricettività alberghiera, della ristorazione e delle produzioni tipiche dell'area (Azione I.1 Progetto 1);
  - d. i servizi al turista (Azione II.2);

La realizzazione della rete della ricettività non professionale ed il Portale Alpi Prealpi Giulie unificano, implementano con l'area slovena, promuovono all'esterno dell'area il prodotto turistico che, attraverso l'interazione fra le varie risorse, si articola e diviene accattivante in particolare per i turisti stranieri, interessati non tanto dalle valenze ambientali, di cui sono anch'essi ampiamente dotati, ma dalla possibilità di acquisti, di ristorazione, di servizi tipicamente "italiani". L'obiettivo è informare delle valenze e delle offerte dell'area - rafforzate e valorizzate dalle iniziative previste dal PSL - per rendere interessante quella "uscita dall'autostrada" che era stato posto come obiettivo ed elemento unificante ed integrante del PSL.

Di tali concetti è ampiamente uniformato il PSL che – ad es. - a pag. 142 traendo sintetiche conclusioni in merito all'analisi del territorio ed alle opportunità individuate dice “... *omissis* ... *obiettivo trasversale di tutte le azioni contemplate nel piano (PSL) è quello della realizzazione di un nuovo prodotto turistico, che si affianchi a quello tradizionale delle vacanze e della neve, per sostanzarsi di tutte le risorse dell'area nei settori della produzione agroalimentare, della ristorazione, del commercio, delle attività produttive locali, delle risorse rappresentate dalle valenze naturalistiche, paesaggistiche ed ambientali ecc. puntando così alla valorizzazione di tutte le specificità locali*”.

Tale valorizzazione è condotta attraverso uno stretto collegamento – la realizzazione della rete e del portale – in grado di interconnettere, dal punto di vista dell'utenza, tutti gli operatori e tutte le risorse dell'area, mettendo in rete attività che sinora hanno avuto uno sviluppo separato.

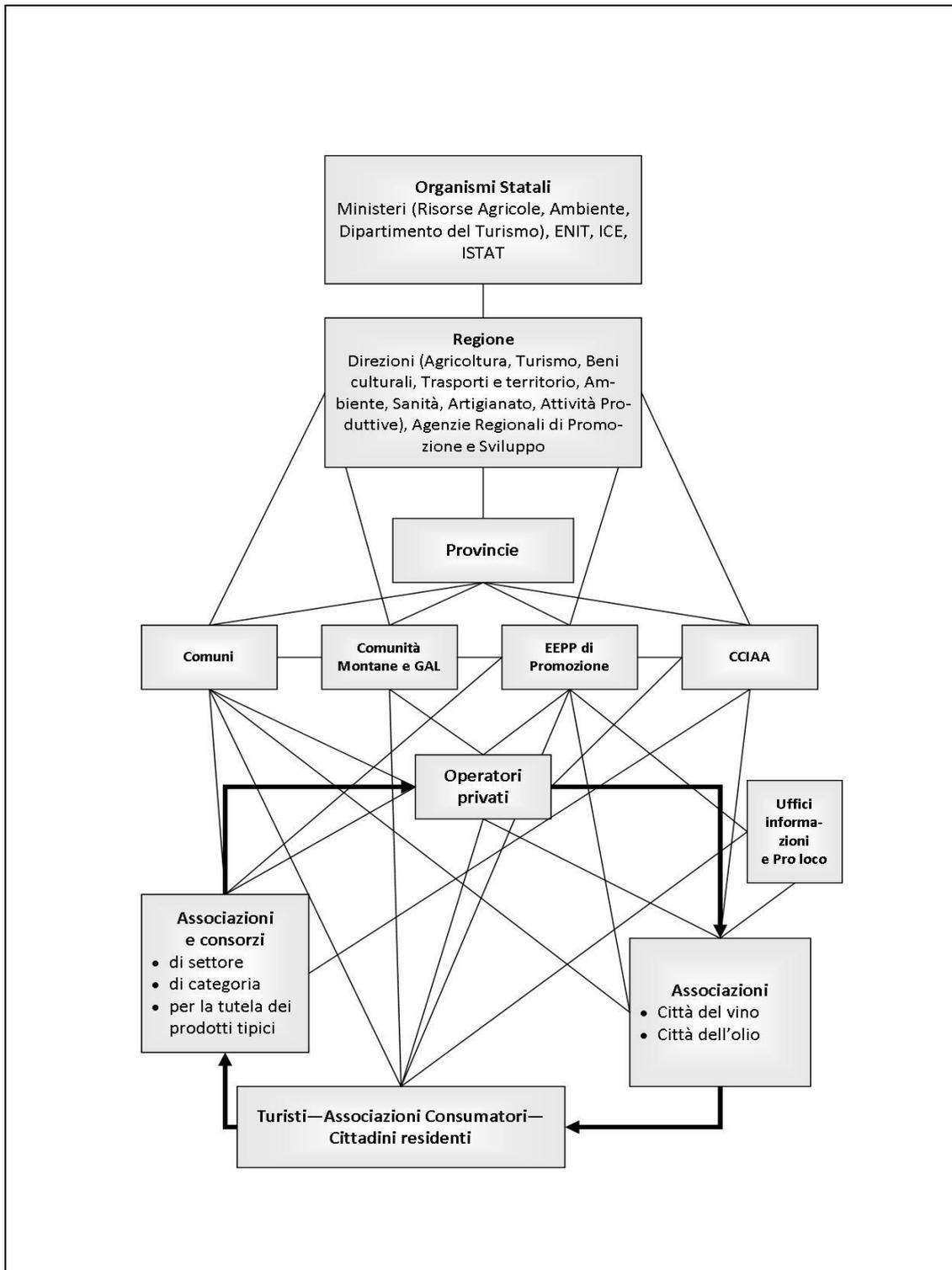
Si pensi ad esempio alla realtà dell'agricoltura ed a quella del turismo che non hanno mai concordato strategie comuni a dispetto del fatto che nella nostra regione esiste un turismo enogastronomico a livelli anche internazionali che si realizza al di fuori di qualsiasi contesto di programmazione e di promozione atti a potenziarne le possibilità di indotto e di allargamento ad altri settori economici (vedi accoglienza, agroalimentare, commercio ecc.).

Una forte interconnessione fra settori economici e la loro messa in rete ha anche la funzione di legare fortemente al territorio le aziende stesse attraverso il valore aggiunto che la rete crea per le attività in loco rispetto a quelle collocate all'esterno dell'area. Le ricadute di questa azione saranno di sviluppare le realtà e le specificità locali piuttosto che l'importazione di modelli esterni di dubbia compatibilità e potrà avere una importante funzione di riduzione dell'handicap localizzativo che caratterizza le attività dell'area vista la loro collocazione in posizione decentrata rispetto ai mercati di riferimento che non possono collocarsi esclusivamente all'interno della regione.

Rete e Portale consentono la realizzazione e gestione di attività di promozione che devono fare perno sui consorzi turistici dell'area, ovvero sul nucleo organizzativo e gestionale indispensabile per lo sviluppo delle attività turistiche.

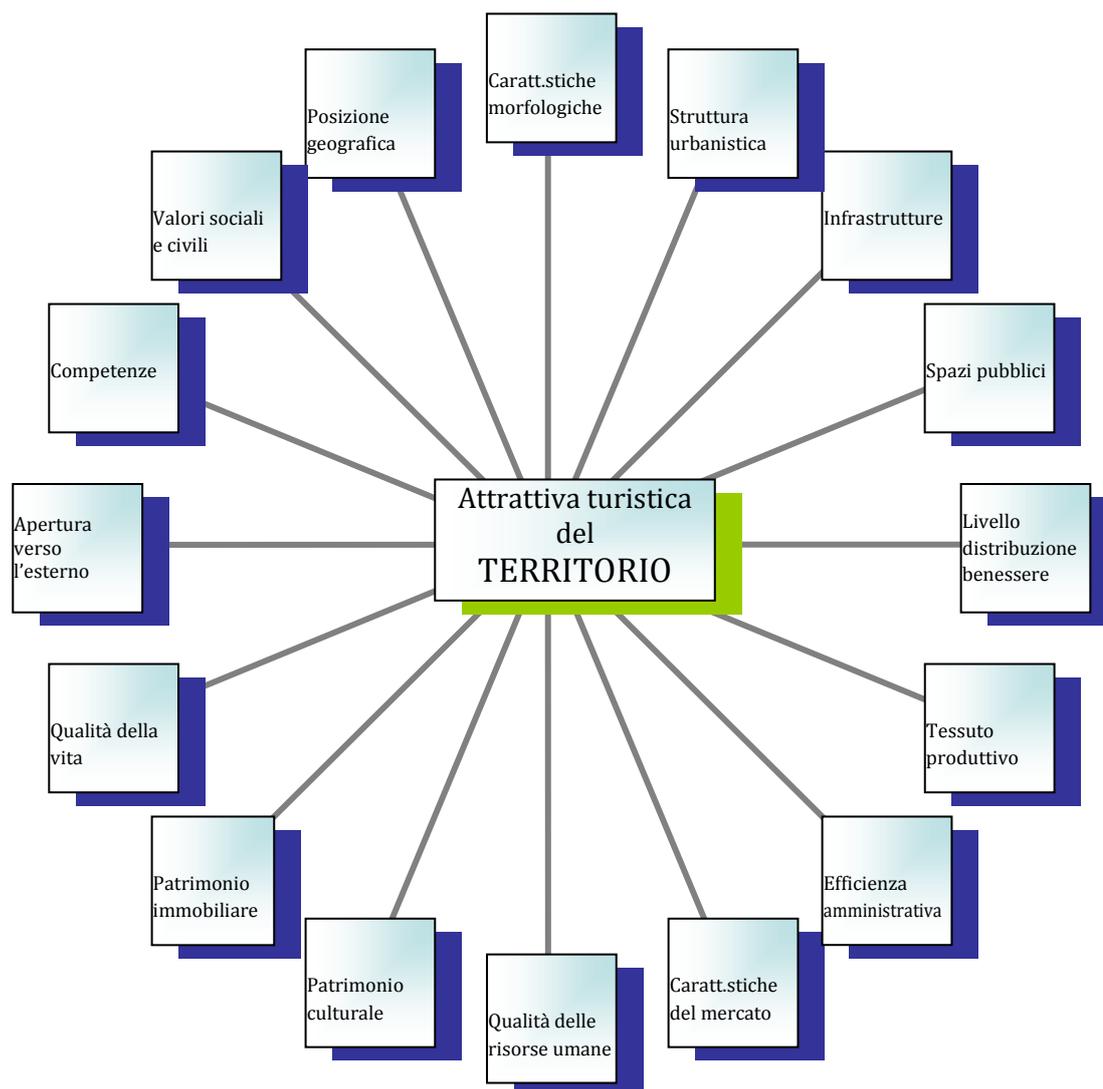
#### *Le prospettive di sviluppo del turismo rurale*

La qualità dell'offerta, pur essendo costantemente in crescita, non ha ancora raggiunto standard sufficientemente competitivi e richiederà il concerto di attività diverse, sia sotto il profilo degli investimenti, che della formazione, della promozione ecc., sostanzialmente identificandosi con le azioni destinate a promuovere la “qualità integrale” dell'intero territorio. Saranno necessarie, in altri termini concrete e consapevoli attività di *marketing territoriale* volte a incrementare una competitività di area, i cui soggetti sono molteplici come risulta dalla seguente rappresentazione grafica.



L'obiettivo di una politica convergente di *marketing territoriale* dovrebbe puntare all'incremento dell'attrattiva turistica del territorio (competizione di area) tenendo conto

che – sostanzialmente – qualsiasi aspetto, risorsa, caratteristica contribuisce, in positivo o in negativo, alla sua definizione<sup>1</sup>. Tale fatto può essere rappresentato come segue:



Il territorio – così come è e ancor di più come verrà attrezzato a seguito degli investimenti previsti nella programmazione 2007/2013 - può essere scambiato sul mercato sia nel suo insieme sia come sede di specifici servizi, strutture e funzioni d'uso. Sotto tale profilo va debitamente considerato che l'area si avvantaggia di un consistente pendolarismo che ha motivazioni diverse ma su cui prevale la motivazione ricreativa e

<sup>1</sup> Lo sviluppo del territorio è di particolare attualità e sempre più si comprende come la competitività delle imprese dipenda anche dalle relazioni dinamiche dei sistemi territoriali. La valorizzazione di un sistema territoriale, che si basa sul patrimonio di risorse e competenze disponibili, richiede sia interventi mirati e globali di natura economica e sociale, sia processi organizzativi e aggregativi tra i soggetti che costituiscono il tessuto sociale e produttivo. Le relazioni che si instaurano tra gli attori e il sistema territoriale di riferimento insieme alle caratteristiche geo-morfologiche del territorio, l'efficienza della pubblica amministrazione, il livello qualitativo del servizio pubblico, la dotazione infrastrutturale, il tessuto produttivo locale, il patrimonio artistico-culturale, diventano fattori dai quali, allorché opportunamente sviluppati e valorizzati, è possibile trarre un significativo vantaggio competitivo aziendale.

del tempo libero, dell'enogastronomia e degli acquisti agroalimentari (specifiche funzioni d'uso). Tali visite, quasi esclusivamente giornaliere o subgiornaliere, non rientranti – secondo la prevalente letteratura in materia – nel fenomeno turistico classico in quanto prive di pernottamento, sono comunque di vitale importanza per l'area in quanto insostituibile fonte di reddito per un ampio ventaglio di attività economiche, sia del primario, che del secondario, che del terziario. Il permanere di un ancora insufficiente numero di posti letto infatti sarebbe inadeguato a garantire un'utenza turistica (in senso stretto e cioè relativa ad arrivi con pernottamento) idonea a garantire sussistenza e redditività alle attività economiche esistenti.

La promozione del flusso pendolare (che rappresenta un incentivo anche alla realizzazione di nuova ricettività) è al di fuori delle logiche dell'ente regionale di promozione, turisticocentrico, e quindi compete alla articolazione economica ed istituzionale del territorio di cui anche il GAL fa parte.

Queste analisi – ampiamente condivise dagli operatori dell'area - consentono un primo approccio, per quanto empirico, in relazione all'individuazione del target della domanda che deve necessariamente tener conto di tale doppia valenza, di visite con provenienze viciniori (facilitate dai limitrofi accessi autostradali) e di forme di turismo anche straniero ma contenuto dalla carenza di posti letto, con motivazioni prevalentemente enogastronomiche e con implicazioni anche culturali e di turismo attivo.

### SITUAZIONE OCCUPAZIONALE

Anche la situazione occupazionale avvalorata l'analisi finora condotta in merito alla difficoltà dell'area D) in cui si verifica un calo drastico e generalizzato di addetti ed una espansione (con l'eccezione del comune di Tarcento) dell'area C) che diviene sempre di più l'area economicamente più dinamica e contribuendo ad una riduzione dei comuni di area D) ad una funzione di mera residenza.

### Tasso di variazione degli addetti nel periodo 1991-2001

Comune	Addetti anno	Addetti anno	Variazione	% Variazione
Comune di Attimis	430	672	242	<b>56,28</b>
Comune di Cividale del Friuli	5.017	5.407	390	<b>7,77</b>
Comune di Drenchia	29	15	-14	<b>-48,28</b>
Comune di Faedis	575	652	77	<b>13,39</b>
Comune di Grimacco	50	22	-28	<b>-56,00</b>
Comune di Lusevera	147	88	-59	<b>-40,14</b>
Comune di Magnano in Riviera	697	754	57	<b>8,18</b>
Comune di Nimis	540	757	217	<b>40,19</b>
Comune di Prepotto	129	180	51	<b>39,53</b>
Comune di Pulfero	178	121	-57	<b>-32,02</b>
Comune di San Leonardo	249	202	-47	<b>-18,88</b>
Comune di San Pietro al Natisone	712	855	143	<b>20,08</b>
Comune di Savogna	70	52	-18	<b>-25,71</b>
Comune di Stregna	57	39	-18	<b>-31,58</b>
Comune di Taipana	108	77	-31	<b>-28,70</b>
Comune di Tarcento	2.623	2.515	-108	<b>-4,12</b>
Comune di Torreano	430	475	45	<b>10,47</b>
Fonte Servizio Statistica Regione FV G	<b>12.041</b>	<b>12.883</b>	<b>842</b>	<b>6,99</b>

<b>Punti di forza interni (Strength)</b>	<b>Punti di debolezza interni (Weakness)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- tipicità, pregio e pluralità della produzione agro-alimentare</li> <li>- ambiente naturale nelle aree prettamente montane in buona parte integro e con valori naturalistici che offrono un buon terreno per lo sviluppo di diversi settori tra i quali quello turistico;</li> <li>- presenza di zone protette Natura 2000, parchi e riserve naturali;</li> <li>- presenza nell'area collinare di un paesaggio naturale ed agrario di pregio;</li> <li>- presenza di valori storici, artistici e produzioni culturali di grande qualità (area di Cividale e dei Castelli);</li> <li>- presenza di ricchezze culturali e linguistiche capaci di radicare gli abitanti sui loro territori;</li> <li>- spiccato senso di appartenenza e identità, rafforzato dalla presenza di minoranze linguistiche significative;</li> <li>- contiguità di importanti infrastrutture di trasporto, con particolare riferimento alle reti autostradali;</li> <li>- rete infrastrutturale di collegamento e di servizio sufficiente;</li> <li>- ottimo livello di rapporti transfrontalieri con la Slovenia, sia a livello economico che istituzionale;</li> <li>- presenza di un elevato numero di aziende che utilizzarono forme di vendita diretta (filiera corta) caratterizzanti fortemente il territorio di fascia C;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- difficoltà del sistema produttivo nel suo complesso, caratterizzata da una scarsa integrazione fra i diversi settori produttivi: agricoltura, turismo, artigianato e commercio;</li> <li>- debole capacità di valorizzare e commercializzare le produzioni tipiche locali;</li> <li>- ridotto numero di attività agricole con vendita diretta nei territori di fascia D;</li> <li>- scarsa collaborazione fra imprenditori e soggetti pubblici per la definizione di strategie di promozione del territorio;</li> <li>- mancanza di manifestazioni e di attività promozionali d'area;</li> <li>- attività di marketing discontinue e limitate ad alcune parti del territorio;</li> <li>- posti letto insufficienti a creare la massa critica necessaria ad una adeguata commercializzazione del prodotto turistico di area;</li> <li>- carenza di servizi dedicati al residente ed all'ospite;</li> <li>- mancanza di un mercato turistico di riferimento per il territorio che rappresenti un bacino di utenza significativo;</li> <li>- scarsità di infrastrutture e servizi turistici,</li> <li>- mancanza di una gestione delle risorse ambientali e territoriali;</li> <li>- cultura dell'ospitalità da affinare e migliorare;</li> <li>- scarsa capacità cooperativistica e di aggregazione fra gli operatori economici;</li> <li>- carenza di infrastrutture evolute e di servizi alle imprese;</li> <li>- territorio destrutturato rispetto alle tecnologie evolute ed in particolare della comunicazione;</li> <li>- crisi dei servizi alla persone e di quelli di prossimità;</li> <li>- diverso gradiente nei valori identitari e culturali;</li> <li>- scarsa sinergia fra sistema formativo e valori culturali ed identitari dell'area;</li> <li>- sovrapposizioni e potenziale conflittualità tra istituzioni locali che hanno missioni in montagna,</li> <li>- difficoltà di ricambio generazionale a livello imprenditoriale;</li> <li>- carenza di innovazione tecnologica;</li> <li>- difficoltà finanziarie del settore pubblico;</li> <li>- difficoltà nell'organizzazione delle reti d'interesse;</li> <li>- abbassamento della qualità dei servizi al territorio e alla popolazione;</li> <li>- collegamenti primari difficili nelle aree prettamente montane;</li> <li>- attrattività esercitata dai modelli culturali ed insediativi propri della dimensione urbana;</li> <li>- crescente difficoltà della finanza pubblica locale;</li> <li>- forte condizionamento negativo sulla struttura</li> </ul>

	<p>demografica a causa di un elevato spopolamento e di un'accentuata senilizzazione nell'area interna montana;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mancanza di alcuni servizi alle imprese e alla popolazione e difficoltà di accesso agli stessi;</li> <li>- debole capacità di valorizzare le risorse linguistiche, culturali ed ambientali in funzione turistica;</li> <li>- abbandono delle attività agricole con conseguente degrado ambientale;</li> </ul>
--	---

<b>Opportunità esterne (Opportunities)</b>	<b>Minacce esterne (Threats)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- potenzialità (attualmente sottoutilizzate) delle risorse ambientali ed umane in grado, se adeguatamente sfruttate, di favorire lo sviluppo del tessuto economico e turistico;</li> <li>- l'attuale evoluzione del turismo, ed in particolare la maggiore propensione verso formule quali il turismo enogastronomico, naturalistico, sportivo ed in generale di nicchia si integra favorevolmente con le caratteristiche del territorio del PSL;</li> <li>- importanti possibilità di valorizzazione connesse al comparto turistico e della commercializzazione dei prodotti tipici locali;</li> <li>- avvio della diffusione delle tecnologie dell'informazione ed in particolare l'utilizzo di strumenti quali il commercio elettronico e il direct marketing per ridare centralità alle aree marginali e sviluppare le attività in esse localizzate;</li> <li>- promozione delle destinazioni turistiche regionali da parte di Turismo FVG;</li> <li>- presenza - seppure marginale - dell'area del Parco delle Prealpi Giulie;</li> <li>- ottimi rapporti transfrontalieri con la Slovenia potenzialmente in grado di trasformare la presenza della frontiera da ostacolo ad opportunità per lo sviluppo del territorio conferendogli maggiore rilievo nel contesto mitteleuropeo;</li> <li>- strategie regionali che possono trasformare in valore economico valori ambientali, culturali e paesaggistici;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- innalzamento della concorrenza delle aree montane austriache e slovene limitrofe, dotate di un maggiore livello di competitività e di maggiori disponibilità finanziarie;</li> <li>- maggiore concorrenza per le produzioni tipiche locali, con sempre maggiori difficoltà per la commercializzazione di prodotti tipici di nicchia;</li> <li>- difficoltà di adeguamento della mentalità imprenditoriale verso le nuove tecniche di commercializzazione dei prodotti;</li> <li>- necessità di elevare il livello qualitativo delle aziende e dei prodotti medesimi;</li> <li>- mancata integrazione tra i diversi settori della produzione e tra i soggetti pubblici e privati impegnati nella valorizzazione e promozione del territorio.</li> </ul>

### CAPITOLO 3. Sintesi del confronto di partenariato e attività di Concertazione in sede locale.

I partner della società sono in grado di rappresentare la complessa realtà economica e sociale dell'area, essendovi ampiamente rappresentati sia gli EE.PP. che le associazioni di categoria e del no-profit.

Tutti i partner, in quanto operanti nell'area, hanno avuto - direttamente o indirettamente - esperienza di realizzazione di progetti integrati sia all'interno del programma Leader II e Leader+ sia in altri programmi europei. Il loro coinvolgimento è stato determinante nella stesura del presente PSL attraverso una stretta serie di consultazioni spesso effettuata attraverso incontri diretti con il singolo partner.

#### Incontri con la popolazione

Promotore	Modalità di convocazione	Partecipanti N°	Oggetto:	Considerazioni e conclusioni
<b>Località: Taipana c/o Municipio data: 07/03/2008</b>				
Comune di Taipana	Affissione pubblica	35	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	È emersa la richiesta di azioni di manutenzione del territorio e del paesaggio, nonché la richiesta di sostegno nel settore delle produzioni tipiche con particolare riguardo all'allevamento ovicaprino
<b>Località: Tarcento c/o sala consiliare data: 16/09/2008</b>				
Torre Natisone Gal	Affissione pubblica	10	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	Sono state fatte domande di chiarimento da parte del pubblico sui diversi aspetti del PSL con particolare riguardo alle azioni 411.1 e 411.2 e i progetti di cooperazione ipotizzati.
<b>Località: San Pietro al Natisone c/o sala consiliare data: 15/09/2008</b>				
Torre Natisone Gal	Affissione pubblica	6	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	Richieste di chiarimento da parte del pubblico sui aspetti del PSL con particolare riguardo alle azioni 411.1 e 411.2. Sig. Stefano Predan a nome della società ASSOCIAZIONE AGRICOLTORI KMEČKA SVEZA chiede che l'azione 411.1 venga finanziata con maggiori importi eventualmente diminuendo la dotazione prevista per l'azione 411.2

#### Incontri con i rappresentanti delle istituzioni locali

Promotore	Modalità di convocazione	Enti rappresentati Partecipanti N°	Oggetto:	Considerazioni e conclusioni	
<b>Località: Tarcento sede Gal data: 19/05/2008</b>					
Torre Natisone Gal	Telefonica	Consorzio di Promozione Turistica dolceNordEst	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-13	Ipotizzare sostegno per: - Realizzazione posti letto alberghieri - Realizzazione eventi di valorizzazione delle tradizioni locali - cura e manutenzione del territorio
<b>Località: Prepotto data: 03/06/2008</b>					
Torre Natisone Gal	Telefonica	Comune di Prepotto	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-13	Ipotizzare serate di animazione aperte alla popolazione per illustrare PSR Asse 4 Leader

**Località: Tarcento data: 24/07/2008**

Torre Natisone Gal	Telefonica	Comune di Tarcento	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-13	Ipotizzare sostegno per: - sistemazione aree vendita diretta dei produttori nell'ambito dei mercati settimanali - prevedere aumento stanziamento a sostegno realizzazione affittacamere professionali - reintrodurre azione progetti integrati servizi ed attività ricreative.
--------------------	------------	--------------------	---	--	---

**Località: Cividale del Friuli data: 24/07/2008**

Torre Natisone Gal	Telefonica	Comune di Cividale del Friuli	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-13	Ipotizzare sostegno per: - evento enogastronomico periodo natalizio. - prevedere aumento contributo massimo di 150.000,00€
--------------------	------------	-------------------------------	---	--	--

**Località: San Pietro al Natisone data: 28/07/2008**

Torre Natisone Gal	Invito a mezzo fax	Comuni dell'area di intervento PSL Comunità Montana del Torre, Natisone e Collio	13	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-13	- I Sindaci hanno sostanzialmente concordato con la bozza del PSL e l'hanno considerata conforme alle indicazioni che sono state a suo tempo fornite sia attraverso i questionari che i contatti diretti. - la maggior parte dei sindaci richiede che siano riproposti i progetti integrati pubblico/privato - La comunità montana si riserva di esaminare lo schema di PSL a livello di Giunta anche per verificare la corrispondenza con le indicazioni del PAR fondo montagna.
--------------------	--------------------	--	----	--	---

### Incontri con gli operatori privati

Promotore	Modalità di convocazione	Partecipanti N°	Oggetto:	Considerazioni e conclusioni
-----------	--------------------------	-----------------	----------	------------------------------

**Località: Tarcento data: 22/07/2008**

Torre Natisone Gal	Telefonica	Associazioni rappresentate: - Coldiretti - Associazione tutela Refosco di Faedis - Consorzio Produttori Ramandolo	4	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	Ipotizzare sostegno per: - Realizzazione evento comune area - Sostegno ad agriturismi - sostegno a manifestazione Agritur con coinvolgimento Slovenia - Realizzazione sentieri tematici area Ramandolo e Refosco di Faedis - Sostegno per realizzazione centro appassimento e cantina cooperativa per vinificazione Ramandolo e altre uve tipiche locali
--------------------	------------	--	---	--	---

**Località: Tarcento data: 17/07/2008**

Torre Natisone Gal	Telefonica	Associazioni rappresentate: KMECKA ZVEZA	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	- Incentivare misure che in chiave turistica possano essere rivolte direttamente agli agricoltori
--------------------	------------	---	---	--	---

**Località: Tarcento data: 24/07/2008**

Torre Natisone Gal	Telefonica	Associazioni rappresentate: ENFAP FVG	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	- Valutare opportunità di incentivare attività di formazione per l'aggiornamento di operatori locali nell'ambito della piccola ricettività turistica. - Percorso di animazione/formazione imprenditoriale a mezzo: Promozione di Comunità di apprendimento - azione rivolta a gestori di attività imprenditoriali, anche aspiranti tali - Sessioni di condivisione di priorità di sviluppo , buone pratiche ecc...conoscenza di strumenti finanziari di supporto ad iniziative imprenditoriali, ecc. Consulenza mirata a livello di singole realtà aziendali volta a rilevare fabbisogni specifici - Corsi per utenza mista occupata / disoccupata
--------------------	------------	--	---	--	--

					Tenendo conto delle esigenze individuate sul territorio, il catalogo ENFAP FVG potrebbe essere ampliato includendo attività volte al recupero/rivisitazione di tradizioni o usi locali, ma anche ad esigenze di aggiornamento professionale di interesse più generale rispetto a determinati settori economici. - Promozione di percorsi di educazione non formale rivolti a tutta la popolazione: circoli di studio Supportano trasversalmente tutte le attività del PSL
<b>Località: Tarcento data: 15/07/2008</b>					
Torre Natisone Gal	Telefonica	Agronomo libero professionista	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	- valutare le problematiche socioeconomiche dell'area sono auspicabili interventi che coinvolgano oltre che agricoltori professionali, coltivatori part-time. - necessità di sviluppare iniziative per lo sviluppo di culture intensive ed interventi di accorpamento dell'offerta.
<b>Località: Tarcento sede del Gal data: 29/07/2008</b>					
Torre Natisone Gal	Telefonica	Associazioni rappresentate: GELGV	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	- verificare possibilità di inserire finanziamenti ad associazioni anche in progetti non integrati pubblico/privato - verificare finanziabilità interventi di realizzazione strutture fisse per manifestazioni - verificare possibilità finanziamento acquisti in leasing con obbligo di riscatto
<b>Località: S. Pietro al Natisone data: 28/07/2008</b>					
Torre Natisone Gal	Telefonica	Associazioni fra le Pro Loco	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	- ipotizzare il maggior numero possibile di risorse aggiuntive per la realizzazione di azioni riguardanti i servizi ricreativi e culturali
<b>Località: Udine data: 28/07/2008</b>					
Torre Natisone Gal	Telefonica	Associazioni rappresentate: CNA udine	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	- dare massimo rilievo nelle varie misure alle attività artigiane
<b>Località: Udine data: 29/07/2008</b>					
Torre Natisone Gal	Telefonica	Associazioni rappresentate: Confartigianato Udine	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	- verificare possibilità di inserimento tra i beneficiari asse 4.1.1 - le imprese artigiane del settore agroalimentare (trasformazione prodotti agricoli) - ipotizzare collegamento fra progetto Festival e produzioni artigiane dell'agroalimentare e artistico Verificare inserimento finanziabilità servizi alla persona come "servizi di prossimità" - asse 4.2.1. - prevedere inserimento aziende settore artigianato artistico/tipico/enogastronomico nei percorsi ciclabili interfrontalieri
<b>Località: Palmanova data: 01/08/2008</b>					
Torre Natisone Gal	Telefonica	Associazioni rappresentate: SDZPI-IRSIP	1	Acquisizione proposte utili alla stesura del PSL 2007-2013	- supportare in abbinamento al sostegno per la realizzazione di manifestazioni enogastronomiche previste dal PSL, la realizzazione di corsi di formazione rivolti ai ristoratori e ai cuochi.

Utilizzando le risorse previste dall'art.6, commi 1-5. della L.R. 12/2006, si è svolta un'attività di animazione finalizzata a diffondere nelle comunità locali l'esperienza

dell'approccio partecipato alla definizione e realizzazione di programmi di sviluppo territoriale. Il Gal "ATS Alpi Prealpi Giulie" ha approvato il programma delle attività di animazione nella seduta del Comitato di Direzione in data 19 settembre 2006, con atto n. 46 con l'obiettivo di individuare strategie condivise con i soggetti dello sviluppo locale, con particolare riguardo agli Enti Locali, alle Comunità Montane, alle associazioni di categoria, ai consorzi aventi finalità di promozione economica ecc.

A tal fine il Torre Natisone Gal, relativamente al territorio di propria competenza, ha avviato con i soggetti sopra citati, una serie di consultazioni atte a raccogliere le esigenze del territorio per poi tenerne conto nella fase di predisposizione del PSL a valere sull'Asse IV del Piano di Sviluppo Rurale della Regione Friuli Venezia Giulia.

In particolare:

- la Comunità Montana riveste un ruolo di primaria importanza in quanto socio di riferimento del GAL e soggetto nei cui confronti la collaborazione deve istituzionalizzarsi in un rapporto di programmazione/attuazione. Il Gal ha inteso concretizzare almeno una parte delle indicazioni che sono emerse dai tavoli di lavoro e dalla cabina di regia organizzati dall'Ente e contenuti nel PAL, a cui hanno partecipato tutti i soggetti potenzialmente interessati allo sviluppo del territorio.
- Le Amministrazioni Comunali, in primis i sindaci, sono state consultate in quanto primi erogatori di servizi ed interpreti delle esigenze dei cittadini e degli operatori. Le A.C. hanno svolto un ruolo importante nella individuazione di progetti integrati misti pubblico/privato dimostrando capacità di progettazione ed innovazione interessanti, nella programmazione Leader+ 2000-2006.
- Le Associazioni di categoria sono state consultate in quanto rappresentanti dei tre settori chiave: PMI, settore primario e terziario, con particolare riguardo alle attività turistiche.
- Con riferimento al settore del turismo sono stati contattati i Consorzi turistici che coprono praticamente l'intera area del PSL, le associazioni Pro Loco e le associazioni di volontariato.

È stato utilizzato un questionario con cui il Gal ha voluto individuare strategie condivise con i soggetti dello sviluppo locale. I temi citati nel questionario sono i seguenti:

1. ricettività turistica;
2. miglioramento di strutture per attività sportive, ricreative e culturali;
3. cura e valorizzazione del territorio per facilitare la pratica di attività sportive;
4. marketing territoriale;
5. valorizzazione dei prodotti agricoli locali;
6. sostegno a servizi di prossimità.

Per quanto riguarda la Comunità Montana i contatti sono stati frequenti, sia in relazione alla stesura del PAL, in cui sono state recepite le indicazioni presenti nell'Asse IV del PSR oltre a quelle indicate dagli operatori pubblici e privati dell'area, sia in frequenti contatti sia con i funzionari che con la Giunta comunitaria.

L'attività di concertazione è alla fine sfociata in una deliberazione (n. 112 del 29.09.2008) in cui la Comunità Montana ha raffrontato le indicazioni del PSL con quelle del PAL evidenziandone la comune filosofia e la funzione attuativa della programmazione di area che il PSL medesimo rappresenta.

Il quadro di raffronto è il seguente:

Piano di Sviluppo Locale (PSL) 2007/2013 con raffronto PSL - PAL Comunità Montana Torre Natisone Collio							
Codice PSR	Denominazione e misura	Denominazione e azione	Contenuto azione	Interventi proposti	Importo	Corrispondenti Interventi previsti dal PAL Torre Natisone Collio	Note
411	Competitività	Valorizzazione dei prodotti agricoli locali	Accrescimento del valore delle produzioni agricole grazie a canali di commercializzazione che accorcino la distanza produttori e consumatori	<b>Intervento Proposto 1</b>	174.343,17	AGR.03 - Promozione e sostegno all'allevamento ovicaprino in territorio montano e valorizzazione delle produzioni agroalimentari ottenibili	L'intervento del PSL, pur non riguardando esclusivamente le produzioni indicate da PAL, per essere rivolto alle aziende dei comuni della fascia montana (fascia D individuata dal PSR) riguarderà quasi esclusivamente le attività di allevamento, produzione, trasformazione e vendita di prodotti ovicaprini
				Bando contributi per investimenti aziendali volti alla commercializzazione diretta in fascia D			
				<b>Intervento Proposto 2</b>	166.780,98	TUR.03 - Marketing territoriale	La manifestazione, con un fil rouge di musica popolare tradizionale, verrà collocata negli esercizi pubblici e nelle cantine di tutto il territorio (in ipotesi circa una trentina) per uno o due fine-settimana abbinato alla presentazione di piatti e di prodotti tipici locali. La comunicazione relativa promuoverà anche gli aspetti storico, artistici, ambientali, artigianali ecc. divenendo una generale promozione del territorio per cui si ritiene possa integrare un'ampia azione di Marketing territoriale
Realizzazione di eventi enogastronomici (Oberkrainer Rural Festival)							
				<b>Totale azione</b>	<b>341.124,15</b>		
412	Gestione dell'ambiente / del territorio	Cura e valorizzazione del paesaggio rurale	Valorizzazione del paesaggio rurale e delle aree forestali come fattore di attrattività turistica (ripristinare vie di accesso e di sosta per attività sportive e del tempo libero: passeggiate, corsa podistica, ciclismo, equitazione, ecc.)	<b>Intervento Proposto</b>	100.000,00		non presente
				Bando rivolto ai proprietari dei terreni privati			
				<b>Totale azione</b>	<b>100.000,00</b>		
	a vita/diversità turistiche		Creazione di ricettività turistica per	<b>Intervento Proposto 1</b>	250.000,00	TUR.01 - Aumentare la	Non presente

			l'integrazione dei redditi familiari: affittacamere, B&B, agriturismi	Bando per la realizzazione di B.B. e affittacamere non professionali		qualità dei centri urbani	
				<b>Intervento Proposto 2</b>	250.000,00	L'intervento è menzionata dal PAL ed è individuato come "... riconversione delle osterie storiche con la predisposizione di posti letto come era nella tradizione" non presente	
				Bando per la realizzazione di affittacamere professionali			
				<b>Intervento Proposto 3</b>	200.000,00	AGR.02 - Sviluppo e potenziamento del settore agrituristico	L'intervento proposto dal PSL corrisponde alla previsione del PAL
				Bando per la realizzazione di posti letto agrituristici			
				<b>Totale azione</b>	<b>700.000,00</b>		
413	Qualità della vita - diversificazione	Servizi di prossimità	Sostenere la presenza nel territorio montano, con particolare riguardo per le località più marginali, i servizi necessari per una qualità della vita dei residenti ed a servizio/sostegno della presenza turistica	<b>Intervento Proposto</b>	80.000,00	WEL.01 - Potenziamento dei servizi commerciali	L'Azione A.1 prevede "... l'avvio di nuovi esercizi commerciali in zone dove risulti una effettiva necessità, emersa da un'indagine preliminare"
				Progetti integrati pubblico/privato e progetti singoli per la realizzazione di centri multiservizio			
				<b>Totale azione</b>	<b>80.000,00</b>		
413	Qualità della vita / diversificazione	Servizi e attività ricreative e culturali	Dotare il territorio di servizi e di strutture a finalità ricreativa e culturale per accrescere la qualità della vita della popolazione residente ed a supporto delle attività economiche del settore turistico (servizi turistici)	<b>Intervento Proposto</b>	350.000,00	Cult.02 - Valorizzazione delle risorse culturali	Pur riguardando attività nuove, si ritiene comunque che i progetti integrati, che hanno dato buona prova nella precedente programmazione in riferimento alla valorizzazione delle risorse ambientali, possano contribuire al raggiungimento degli obiettivi dell'intervento del PAL
				Progetti integrati pubblico/privato o per la realizzazione di servizi ricreativi e culturali			
				<b>Totale azione</b>	<b>350.000,00</b>		
413	vit a / di al m ar		Progettare e sperimentare metodi	<b>Intervento Proposto</b>	155.000,00	TUR.03 - Marketing	L'attività prevista dal PSL sostanzialmente ricalca le

			per condurre attività di marketing incentrate sulla contestualizzazione territoriale delle risorse turistiche rivolgendosi sia all'esterno del territorio, sia verso l'interno	Azioni di marketing per la promozione del prodotto territorio		territoriale	iniziative previste dall'intervento del PAL
				<b>Totale azione</b>	<b>155.000,00</b>		
<b>421</b>	<b>Cooperazione interterritoriale e transnazionale</b>	<b>Progetto di cooperazione transnazionale</b>	Amplificazione dei risultati delle azioni sviluppate nell'ambito del proprio territorio con progetti realizzati congiuntamente con partner rappresentativi di territori diversi dal proprio ma operanti per finalità e secondo metodologie simili	<b>Intervento Proposto</b> Realizzazione di un percorso transnazionale con la Slovenia di tipo ciclabile che tocchi tutte le tipicità del territorio, in primis enogastronomiche, ma anche ambientale, culturale ecc.	116.454,63	TUR.02 - Potenziamento della rete ciclabile e della sentieristica TUR.03 - Marketing territoriale	L'attività prevista dal PSL riguarda la realizzazione di un itinerario transfrontaliero e pertanto rientra nella previsione dell'intervento TUR.02. L'itinerario inoltre verrà previsto in modo che tocchi tutti gli elementi di tipicità presenti nel territorio - sotto il profilo agroalimentare, enogastronomico, artigianale, artistico-culturale ecc., assumendo una valenza di promozione del territorio nel suo complesso e per ciò rientrante anche nell'intervento TUR.03
				<b>Totale azione</b>	<b>116.454,63</b>		
<b>Totale azioni costituenti la strategia di sviluppo (Misure 410-421)</b>					<b>1.842.578,78</b>		
<b>Costi di gestione</b>					<b>368.511,07</b>		
	Gestione di gruppi di azione locale acquisizione di competenze animazione	Acquisizione di competenze	Formazione e partecipazione ad iniziative di assistenza tecnica	<b>Totale</b>	<b>9.000,00</b>		
		Animazione sul territorio	Attivazione della popolazione, dei principali attori sociali e del partenariato sulla strategia di sviluppo locale	<b>Totale</b>	<b>107.373,15</b>		
				<b>Totale azione</b>	<b>116.373,15</b>		
	Costi di gestione del GAL			<b>Totale azione</b>	<b>484.884,22</b>		
<b>TOTALE PSL</b>					<b>2.327.463,00</b>		

Questo per avere un quadro complessivo delle esigenze espresse dal territorio che sinteticamente raggruppa le seguenti indicazioni:

Per i COMUNI AREA PSL

	n° <b>Che tipo di turismo si ritiene possibile nell'area comunale?</b>
<b>RAPPRESENTANTI ISTITUZIONI LOCALI</b>	<p><b>1 Comune di Lusevera</b> Viste le caratteristiche del territorio e la sua vocazione si pensa che il turismo idoneo sia quello di nicchia dove il visitatore possa trovare un ambiente quasi familiare e possa in alcuni giorni visitare le realtà presenti (in prevalenza naturali) nonché trovare altri diversivi sfruttando potenzialità quali l'offerta enogastronomica.</p> <p>Iniziativa proposte: promozione del territorio - valorizzazione del prodotto tipico - maggiore collaborazione fra realtà imprenditoriali (commercio - turismo privati) che dimostrano concreto interesse e che investono sul territorio.</p>
	<p><b>2 Comune di Faedis</b> turismo di tipo rurale, enogastronomico e storico-archeologico (parco archeologico medioevale e castelli) turismo ludico-sportivo (Green volley ecc.)</p> <p>Iniziativa proposte: manifestazioni enogastronomiche, ludico sportive e culturali</p>
	<p><b>3 Comune di Attimis</b> Turismo storico (circuito dei Castelli Medioevali) ambientale e naturalistico- religioso (Santuario della Madonna del Falchetto)- enogastronomico</p> <p>Iniziativa proposte: promozione del territorio- organizzazione di eventi di richiamo e a valenza sovra comunale</p>
	<p><b>4 Comune di Prepotto</b> essendo il comune vocato alla viticoltura (circa 500) si ritiene ipotizzabile un turismo eno-gastronomico come punto di partenza da sviluppare con le attività connesse (attività sportive e del tempo libero)</p> <p>Iniziativa proposte: realizzazione punti di sosta attrezzati (per camper..) ripristino di vie di accesso per attività sportive- tempo libero, miglioramento dell'offerta dei servizi ricettivi (agriturismi alberghi b&amp;b) attraverso la realizzazione di strutture e organizzazione di eventi per il turista. Iniziative a sostegno delle attività di marketing territoriale</p>
	<p><b>5 Comune di Cividale del Friuli</b> organizzazione turismo culturale</p> <p>Iniziativa proposte: valorizzazione dei siti artistici e dei percorsi legati all'ambiente, alla scoperta del natisone e il potenziamento delle manifestazioni storiche.</p>
	<p><b>6 Comune di San Pietro al Natisone</b> enogastronomico-ambientale-paesaggistico incentrato sulla valorizzazione dell'ambiente montano, forra del natisone, sentieri, borghi, percorsi mountain bike.</p> <p>Iniziativa proposte: valorizzazione dei prodotti tipici e artigianato locali mediante realizzazione di una mostra mercato</p>
	<p><b>7 Comune di Magnano In Riviera</b> turismo di tipo gastronomico (prodotti locali: castagne, miele e vino) e di tipo sportivo-naturalistico (percorsi ciclabili, piste forestali ecc)</p> <p>Iniziativa proposte: migliorare l'approccio locale logistico e culturale con il turista "mordi e fuggi" - coinvolgimento con le realtà locali (pro loco) per realizzare manifestazioni integrate e mirate</p>
	<p><b>8 Comune di Grimacco</b> sicuramente un turismo volto alla scoperta di una natura incontaminata e selvaggia grazie ai numerosi percorsi e sentieri presenti, sia per gli amanti delle passeggiate a piedi ma anche chi vuole pedalare in completa armonia con la natura.</p>

	9	<b>Comune di Pulfero</b> maggiore promozione turistica attraverso convegni e dibattiti- organizzazione di percorsi escursionistici, coinvolgendo anche altre realtà comunali delle valli del Natisone Torre, parte del Collio e la confinante Slovenia.
	10	<b>Comune di Tarcento</b> turismo short break, verde, sportivo, enogastronomico, business; turismo legato a manifestazioni culturali e sportive. Iniziative proposte: incentivare l'animazione turistica con percorsi che colleghino più realtà comunali del territorio- incentivare l'utilizzo di strutture pubbliche per la realizzazione di posti letto- incentivare investimenti integrati pubblico privati-incentivare investimenti in strutture turistico-sportive.

**Per le ASSOCIAZIONI AREA PSL:**

	n°	Che tipo di turismo si ritiene possibile nell'area comunale?
ASSOCIAZIONI AREA PSL	1	<b>Pro loco Amici di Porzus</b> Maggiore promozione per turismo didattico/religioso/ecologico/storico.
	2	<b>Coro Gianni De Luca</b> Iniziative di tipo naturalistico storico/culturale ed enogastronomico.
		Iniziative proposte: miglioramento delle promozioni culturali con particolari sfruttamento dei siti storici locali per dare alla zona un maggiore interesse
	3	<b>Associazione Guide Naturalistiche</b> Turismo enogastronomico, sportivo (ciclismo, equitazione, fondo) escursionismo naturalistico e culturale; balneazione.
		Iniziative proposte: promozione del territorio, come luogo anti-citta' sia per il corpo che per lo spirito; reale cooperazione fra soggetti interessati
	4	<b>Associazione Valli del Torre</b> l'area comunale potrebbe sfruttare meglio le sue bellezze naturali incontaminate, ormai da anni si parla di turismo rurale, il comune di Lusevera è situato in posizione ottimale per tale tipologia di turismo
Iniziative proposte: turismo dedicato alle famiglie, alle scuole, centri estivi e comitive, turismo rurale legato all'ambiente, semplice, coinvolgente e alla portata di tutti.		
5	<b>Gruppo Esploratori e Lavoratori Grotte di Villanova</b> turismo dedicato alle famiglie, alle scuole, centri estivi e comitive, turismo rurale legato all'ambiente, semplice, coinvolgente e alla portata di tutti.	
	Iniziative proposte: realizzazione di iniziative anche in concerto con altre realtà, (difficile avere collaborazione dato che la maggior parte delle manifestazioni sono organizzate da poche persone che sacrificano le ferie e il tempo libero). Sviluppare il turismo scolastico e il turismo legato all'ambiente per il quale è indispensabile intervenire radicalmente sulla viabilità comunale per consentire un agevole transito ai pullman che una volta giunti a Villanova non possono fare altro che rientrare dalla stessa strada non avendo così la possibilità di visitare il resto del comune. Piccoli interventi di manutenzione per rendere fruibili i molti spazi a disposizione presso i torrenti (es. torrente Vedronza), adatti per il turismo estivo Creare degli spazi per l'intrattenimento dei turisti a Villanova delle Grotte (area pic-nic, parco giochi per bambini) per dare un "contorno" al turismo ipogeo e rendere appetibile ai visitatori un soggiorno prolungato nell'area. Apertura di un piccolo museo speleologico e geologico da realizzare in collaborazione con il museo naturalistico di Tarcento (l'amministrazione comunale di Lusevera potrebbe mettere a disposizione dei locali al momento dismessi), che possa racchiudere al suo interno le molte sfaccettature dei monti Bernadia per quanto concerne il carsismo, la geologia e il mondo dei fossili.	
6	<b>Centro Ricerche Culturali</b> ambientale/culturale/gastronomico	

	<p>Iniziativa proposta:  maggiore promozione del territorio/migliore coordinamento tra le realtà esistenti</p>
7	<p><b>Pro Loco di Faedis</b>  natura, vino, castelli, storia: vista la presenza dei castelli e di altri resti di tale periodo incentivare iniziative rivolte a persone appassionate di storia e medioevo, passeggiate nei boschi e nella natura, tranquillità della vita rurale arricchita da vini di qualità e da cibo genuino. Chi viene a Faedis, non cerca di certo forti emozioni, ma tranquillità. Lo sviluppo turistico di Faedis dipende molto dalla realizzazione del parco archeologico della terra dei castelli che potrebbe essere una spinta verso il cambiamento della vocazione di queste terre. Le distanze ridotte della nostra regione potrebbero fare scegliere Faedis, come base per la visita dell'intera regione. Quindi da pernottamenti di 2 giorni si potrebbe passare anche a pernottamenti di anche una settimana, portando all'apertura di nuove strutture, magari recuperando rustici abbandonati. Iniziative rivolte non a un turismo di massa, ma che potrebbero diventare una risorsa economica importante.</p> <p>Iniziativa proposta:  organizzare una manifestazione durante il periodo estivo nei due castelli di Faedis, a tema medioevale. Potenziare ulteriormente il Green Volley che porta molta gente. Fare diventare la Festa del Vino e delle Fragole un'attrattiva dal punto di vista turistico, organizzando iniziative e pacchetti in collaborazione con i vari agriturismi e B&amp;B.</p>
8	<p><b>Pro Loco Nediske Doline</b>  turismo culturale: per visitare e scoprire i luoghi storici delle valli del Natisone, turismo escursionistico/naturalistico, turismo gastronomico, turismo alieutico (pesca turismo), osservatorio astronomico sul monte Matajur (di prossima inaugurazione), per tutte le iniziative e le attrazioni da valorizzare il principale ostacolo è costituito dalla carenza di risorse economiche; un altro ostacolo è rappresentato dall'assenza di sinergia tra forze operanti sul territorio</p> <p>Iniziativa proposta:  realizzazione, ripristino e pulizia di percorsi turistici (di interesse naturalistico e/o storico) da fare a piedi, in mountain bike e a cavallo di lunghezza e difficoltà media, accessibili al maggior numero dei turisti (pensando in particolare alle famiglie) con una segnaletica standard adeguata, aree giochi, per il pic-nic e il riposo che rappresentino un'attrattiva anche per le gite domenicali.</p> <p>Per valli del Natisone e comprensorio  turismo naturalistico, storico e in genere quello legato alle tradizioni</p> <p>Iniziativa proposta:  realizzazione, ripristino e pulizia di percorsi turistici (di interesse naturalistico e/o storico) da fare a piedi, in mountain bike e a cavallo di lunghezza e difficoltà media, accessibili al maggior numero dei turisti (pensando in particolare alle famiglie) con una segnaletica standard adeguata, aree giochi per il pic nic e il riposo che rappresentino un'attrattiva anche per le gite domenicali</p>
9	<p><b>Pro Loco Valle di Suffumbergo</b>  per le valli del Torre zona di Faedis - attraverso la cooperazione dell'amministrazione locale di Faedis con le varie associazioni presenti sul territorio, in particolare con le 4 pro loco operanti nel territorio, creare una forte attrattiva turistica basata sull'enogastronomia locale, sul richiamo paesaggistico (specie nelle zone collinari e montane) e sullo sport. Non si punta a un richiamo turistico generalizzato di massa, bensì "di nicchia" e qualitativamente molto esigente. Attraverso quest'ottica vengono organizzate le varie manifestazioni programmate nel corso dell'anno sull'intero territorio comunale</p>

Comuni area PSL		Lusevera	Faedis	Attimis	Prepotto	Cividale	San Pietro	Magnano	Grimacco	Pulfero	Tarcento
A) iniziative attuate durante la precedente programmazione e da riproporsi:											
1	finanziamento di nuovi B&B e nuove case vacanza;	x	x	x			x		x		
2	creazione di nuovi servizi turistici attraverso la collaborazione di EE.PP. dell'area ed aziende private (progetti integrati);	x	x	x	x					x	x
3	potenziamento delle manifestazioni attraverso la collaborazione fra EE.LL. ed associazioni Pro Loco;		x		x		x	x	x		x
4	promozione del territorio attraverso la organizzazione di visite in loco di operatori dei media e di decisori del turismo associato				x	x		x		x	x
B) iniziative nuove da proporsi nella programmazione 2007 - 2013:											
1	finanziamento ad esercenti attività di somministrazione di alimenti e bevande per la realizzazione di posti letto collegati a tale attività;		x				x				x
2	finanziamenti per la realizzazione di posti letto in aziende agricole						x				x
3	realizzazione di strutture a sostegno turismo scolastico specie naturalistico;	x	x	x			x	x	x		
4	realizzazione di percorsi per il turismo famigliare (percorsi vita, ciclabili, sentieri naturalistici attraverso il finanziamento a privati ed enti pubblici);	x	x	x	x	x	x	x	x	x	

Associazioni area PSL		Società filologica	Pro loco amici di Porzus	Coro Gianni De Luca	Guide Naturalistiche	Ass. Valli del Torre	GELGV	Centro ricerche culturali	pro loco di Faedis	Pro Loco Nediske Doline	Pro Loco Nediske Doline per la valle natisona	Pro Loco Valle Suffumbergio per le Valli del Torre
A) iniziative della precedente programmazione da riproporsi:												
1	finanziamento di nuovi B&B e nuove case vacanza;		x				x	x				
2	creazione di nuovi servizi turistici attraverso la collaborazione di EE.PP. dell'area ed aziende private (progetti integrati);	x		x			x			x	x	
3	potenziamento delle manifestazioni attraverso la collaborazione fra EE.LL. ed associazioni Pro Loco;	x	x				x		x	x	x	x
4	promozione del territorio attraverso la organizzazione di visite in loco di operatori dei media e di decisori del turismo associato (agenzie, CRAL, parrocchie ecc.);	x	x	x	x		x	x		x	x	x
B) iniziative nuove da proporsi nella programmazione 07/2013:												
1	finanziamento ad esercenti attività di somministrazione di alimenti e bevande per la realizzazione di posti letto collegati a tale attività;						x	x				
2	finanziamenti per la realizzazione di posti letto in aziende agricole (agriturismi);							x				
3	realizzazione di strutture di sostegno al turismo scolastico specie naturalistico;		x	x	x		x	x	x		x	
4	realizzazione di percorsi per il turismo famigliare (percorsi vita, ciclabili, sentieri naturalistici ecc. attraverso il finanziamento a privati ed enti pubblici);		x	x	x		x	x	x		x	x

L'attività di animazione è iniziata nel corso dell'anno 2007 secondo quanto previsto dalla LR 12/2006 investendo ampiamente gli operatori presenti sul territorio e ricevendo ampie indicazioni in merito alle attese relative alla programmazione 2007/2013. Purtroppo la modesta dei finanziamenti previsti e la rigidità delle indicazioni previste dall'ASSE IV del PSR non hanno consentito di tenere conto del tutto delle proposte formulate. La rigidità poi delle percentuali di finanziamento obbligatorie per le azioni misurate in riferimento al valore complessivo del PSL non consente di tener conto del fatto – ad esempio - che già oltre 400 pp.ll. sono stati realizzati nell'area con le precedenti programmazioni e che altri investimenti erano più urgenti.

Ciononostante si è potuto tener conto di buona parte delle indicazioni formulate nel corso delle attività di animazione condotte sia nel corso dell'anno 2007 che dell'anno in corso riservandosi il GAL di individuare per il resto altre fonti di finanziamento onde dare piena attuazione alle esigenze del territorio così come suggerite dagli operatori dell'area.

## CAPITOLO 4. DESCRIZIONE DELLA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE: OBIETTIVO E STRATEGIA

### 4.1.1. Premessa

Nell'area del Torre-Natisone le produzioni tipiche locali sono in fase di superamento delle mere logiche di settore ed è in via di affermazione un loro ruolo caratterizzante/strutturante dell'intero comprensorio. In altri termini tali produzioni stanno assumendo una funzione di prodotto d'attacco dell'area, utilizzabile in una funzione di trascinamento dell'intera economia, con particolare riguardo al settore del turismo.

L'importanza strategica del comparto agroalimentare ed enogastronomico è andata progressivamente crescendo nel corso degli anni. Da componente fondamentale ma accessoria di ogni segmento turistico (nell'area dotata di una commistione significativa di elementi territoriali, climatici, artistici, culturali, umani ma fino a pochi decenni or sono quasi esclusivamente utilizzata a fini di turismo passivo e di ritorno) ha oggi assunto il ruolo di motivazione principale dello spostamento per certe fasce di utenti, collocandosi a tutti gli effetti tra i turismi emergenti.

Per quanto riguarda la durata dei pacchetti, sembra che l'enogastronomia/agroalimentare sia vissuta sempre di meno come una forma di turismo "mordi e fuggi" ovvero non rientri più esclusivamente nel settore "visite" uscendo così dall'ottica escursionistica, per ritagliarsi uno spazio e dei tempi ben definiti, che possono andare dal weekend all'itinerario di una settimana, nei quali la motivazione enogastronomica e di acquisto di prodotti tipici locali si affianca alla scoperta più generale del territorio e delle sue risorse culturali, artistiche, naturalistiche e sportive presenti.

Nelle aziende vinicole aperte al pubblico relazionate ai circuiti più consolidati, la percentuale di vendite dirette è attorno al 18% e tende a scendere fino al 12% nelle aziende con fatturati elevati (aziende con fatturati superiori ai 3 mleuro), poco presenti sul territorio in esame.

Il patrimonio enogastronomico nazionale è di primaria importanza a livello mondiale con, a titolo di esempio, 500 varietà di formaggi, 300 tipi di salumi e oltre 2.000 etichette di vini. Giova a tale proposito ricordare che i vini bianchi dell'area orientale della regione sono considerati di eccellenza a livello internazionale (se non mondiale). L'area di competenza del GAL, alla pari di varie regioni del territorio nazionale, annoverano fra le componenti enogastronomiche le motivazioni principali della scelta dei turisti che vi si dirigono. La stessa immagine dell'area nel suo complesso, rilevabile dalla stampa nazionale ed internazionale specializzata e non, vanta posizioni di tutto rilievo in queste tematiche.

Il turismo enogastronomico/agroalimentare è una forma di turismo culturale: punta alla conservazione e valorizzazione dei territori agricoli – ed in particolare vitivinicoli – e propone un nuovo modo di vivere la vacanza che viene associata alla visita ad aziende vinicole con degustazione di vini tipici e talvolta di piatti locali; una vera e propria esperienza che permette di entrare pienamente in sintonia ed in comunione con la realtà del luogo per instaurare un legame dialettico con la sua realtà, per "condividere/convivere" le sue tradizioni ed il suo patrimonio storico e culturale.

È dunque una particolare forma di prodotto turistico che, pur essendo composto essenzialmente da servizi, mira ad incentivare il consumo e la vendita del vino e degli altri prodotti locali attraverso la formazione di circoli virtuosi in cui, da un lato, il percorso enoturistico è realizzato per consentire la conoscenza e la promozione diretta del prodotto vitivinicolo, dall'altro, permette ai consumatori ed agli estimatori (ma non solo) di acquisire una diretta cognizione della produzione e del territorio, sperimentandone le particolari atmosfere.

La realizzazione di questi circuiti, che associano alla produzione agricola la fruibilità dei servizi turistici, in primis dell'accoglienza, non è certo semplice ed immediata, bensì presuppone una logica imprenditoriale innovativa, incentrata su una visione di più ampio respiro economico, in cui si comprendano gli intimi legami che legano aziende e territorio ed anzi attribuiscono alle prime una centrale funzione di traino dell'intera economia locale. Un'azienda vitivinicola che diversifica la propria attività ed entra a far parte di un circuito organizzato può riscontrare opportune e fattibili opportunità di incremento nei termini generali di valore aggiunto e dello sviluppo solo se alla logica della pura e semplice redditività dei fondi aggiunge un orizzonte imprenditoriale orientato al cliente (costumer oriented) ed ai servizi turistici con particolare riguardo a quelli mirati alla scoperta delle produzioni agroalimentari di qualità, all'enogastronomia, alle produzioni artigianali ed all'imprescindibile rispetto del territorio e delle sue caratteristiche/risorse ambientali, paesaggistiche, storiche, artistiche e culturali.

Una visione strategica e di sistema – in altri termini – in cui vengano integrate tutte le risorse presenti su base territoriale, in cui alle risorse si aggiungano servizi che le rendano visibili, accessibili ed utilizzabili, dando al tutto una organizzazione di prodotto turistico integrato.

Occorre dunque sviluppare una rete che valorizzi il territorio, che trasformi cioè le risorse turistiche in *prodotto* turistico e che sia in grado di individuare/rispondere adeguatamente alla domanda. Nel momento in cui il vino e gli altri prodotti, l'enogastronomia da *risorsa*, diventerà *prodotto* turistico si avrà un ritorno positivo, grazie al quale il turismo stesso porterà al prodotto vitivinicolo ed al prodotto-territorio - di cui è elemento emblematico, caratterizzante e qualificante - ricadute positive in termini squisitamente economici e cioè sia di vendite che di allargamento del mercato.

Il turismo infatti è momento di comunicazione, di conoscenza e anche di affermazione sociale e culturale e può rendere il vino e le altre risorse del territorio non più solo un alimento o una bevanda, ma anche una risorsa turistica, porta di accesso ad un intero territorio ed alle sue risorse, sempre che si sappia sviluppare una strategia adeguata, capace di promuoverlo, valorizzandolo economicamente, trasformandolo in prodotto turistico completo.

È appunto in quest'ottica che il tipico prodotto enogastronomico/agroalimentare (soprattutto il vino pregiato di precisa denominazione) può assumere un ruolo essenziale, dando la possibilità al turista di riscoprire quel legame naturale che lega un alimento al suo territorio di origine ed elevando il vino ad elemento significativo, ricco di elementi emozionali, di un patrimonio di tradizioni da evocare<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Il territorio ed i prodotti tipici che lo caratterizzano devono, quindi, possedere connotazioni particolari da un punto di vista storico, culturale e paesaggistico in modo da poter trasmettere una sensazione di tipicità alternativa ai modelli della vita urbana, alla massificazione dei consumi e alla standardizzazione degli stili di vita. Diviene ricco di significati,

#### 4.1.2. Le risorse ed il prodotto

Avere tante risorse turistiche significa avere tante potenzialità, non significa avere un prodotto turistico. Se in un territorio o – meglio – in una destinazione turistica abbiamo un ambiente interessante, chiese e musei importanti, posti letto e ristorazione, attrezzature sportive ed eventi, non abbiamo ancora un prodotto turistico. Tali risorse infatti debbono essere rese visibili (promozione/comunicazione), accessibili (sotto il profilo della loro acquistabilità anche a distanza – ormai sempre di più per via telematica) e usufruibili (materiale possibilità di accedervi previa loro organizzazione/coordinamento e trasformazione in servizi).

Il territorio si sta avviando solo ora alla “costruzione” del prodotto. L’area ha una massa notevole di risorse, ma non sono organizzate. Il turismo in loco funziona ancora secondo un approccio di domanda: aspettiamo che il turista arrivi per il semplice fatto che abbiamo risorse interessanti. Ma questo non vuol dire avere un’offerta – ovvero un prodotto - ben segmentata, differenziata, specializzata.

L’informazione turistica poi è scarsa soprattutto sul versante della chiarezza e dell’efficacia della proposta. La comunicazione in tal modo cerca di *convincere* (puntando cioè su aspetti emozionali legati alla destinazione con belle foto, bei paesaggi, angoli caratteristici ecc.) e non di *vendere* (proponendo pacchetti e soluzioni turistiche organizzate e competitive). Oggi invece il turista sceglie prima di tutto cosa vuole fare, e solo dopo la destinazione; la domanda peraltro caratterizza il settore turistico come un insieme di servizi per soddisfarla. Ed infatti l’organizzazione (pacchettizzazione) del complesso di servizi e risorse di una destinazione determina il livello di complessità e competitività del prodotto. Un prodotto che oggi può essere venduto in internet, al supermercato, ovunque.

Le risorse e attrazioni territoriali, in tale contesto, hanno comunque un ruolo fondamentale, perché sono il punto di partenza per la costruzione di un prodotto turistico. Le famose tre L che interessano al turista, leisure, landscape e learning, contengono tutte il territorio.

Ma il prodotto turistico deve far emergere i tratti distintivi, e preferibilmente unici, dell’area, rendendoli visibili, facilmente fruibili per il turista, ed altrettanto facilmente acquistabili (accessibili).

Tutto ciò comporta un doppio livello di operatività:

- a livello territoriale attraverso una politica che renda le risorse usufruibili, trasformandole cioè in servizi, finalizzandole alla popolazione ed all’ospite;
- a livello della gestione turistica attraverso il coordinamento delle risorse e la loro promozione e pacchettizzazione, che può essere rigida (e che trova la sua corrispondenza nel supporto cartaceo) o modulare/aperta (attraverso l’autocreazione del pacchetto da parte dell’utente - fatto ormai banalizzato dalle possibilità telematiche nonché possibile, sebbene rischioso, da parte del cosiddetto “turismo fai da te”).

La gestione delle risorse potrà infine dare una centralità anche geografica alla parte del territorio di competenza del GAL in cui maggiormente presenti sono le risorse legate

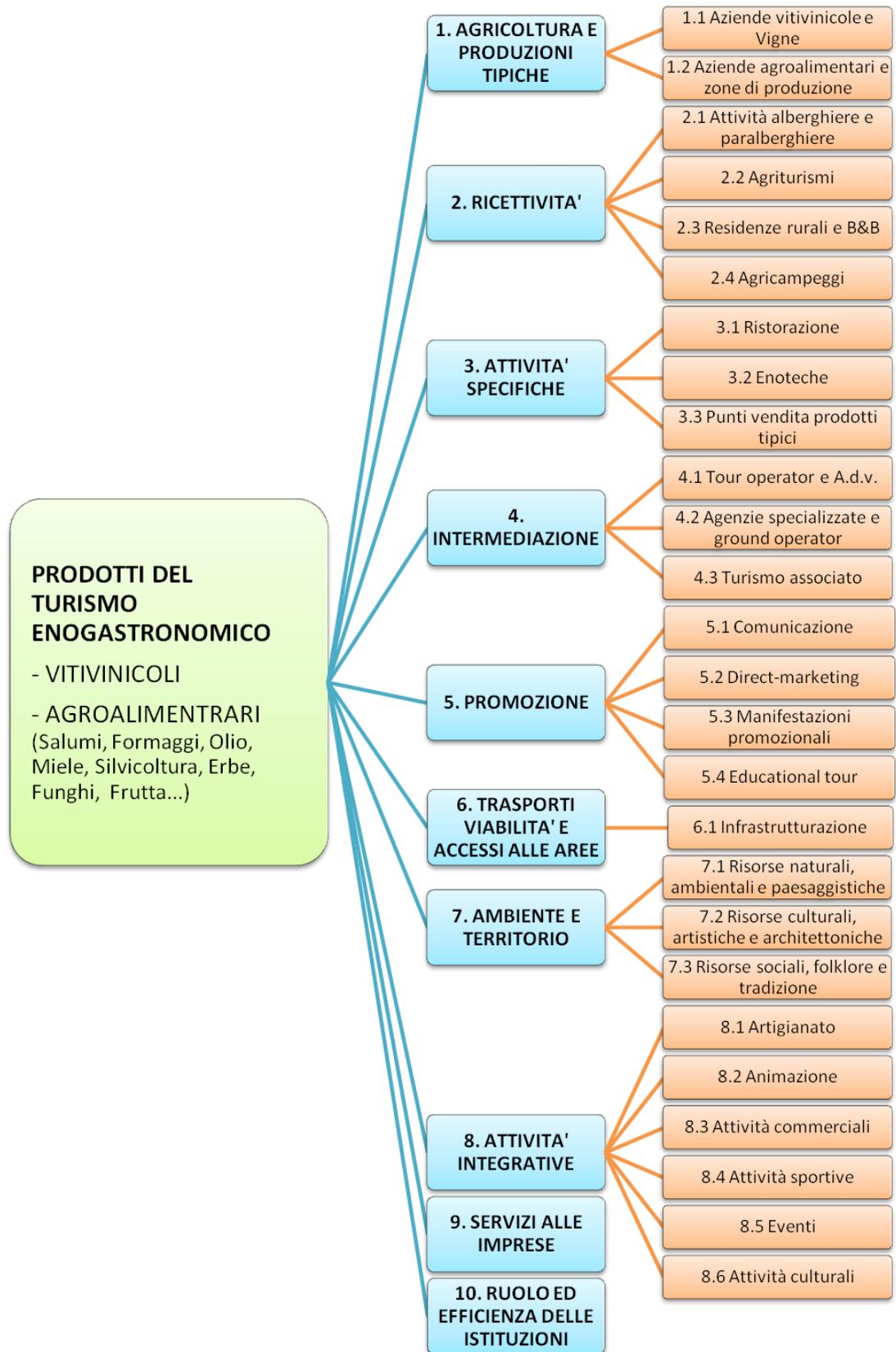
---

alla luce di tali considerazioni, la definizione di “tipico” per i prodotti enogastronomici di una determinata zona, in relazione proprio a quel senso di appartenenza che caratterizza tali prodotti, distinguendosi dall’attuale negativa tendenza che mira a trasformare le risorse ambientali in semplici scenari in cui collocare le attività ed i servizi propri del turismo di massa.

alle produzioni tipiche, ovvero l'area collinare e pedecollinare. Tale centralità geografica dovrà essere utilizzata per collegamenti di tipo verticale al fine di un inserimento nella proposta turistica delle risorse delle aree montane in funzione di traino dell'economia complessiva. L'ormai definitiva scomparsa delle attività agricole e boschive tradizionali in area D) ha infatti causato una situazione di abbandono e di degrado che rende sempre più problematica l'utilizzazione a fini turistici delle pur importanti valenze naturalistiche e paesaggistiche. Per tali motivi è necessario puntare, attraverso opportune formule organizzative e promozionali, a dare una funzione propulsiva al settore "enoturismo prodotti tipici" non solo per quanto riguarda la funzione di traino rispetto agli altri settori economici (collegamento orizzontale) ma anche nei confronti delle aree montane (collegamento verticale) nelle quali devono per ciò essere rese possibili attività sportive, naturalistiche, accoglienza ecc. complementari/implementabili nel prodotto turistico e nella pacchettizzazione di area, nonché favorire le residuali attività agricole puntando alla vendita diretta, alla tipicità ecc..

Anche in considerazione di tale polivalenza del settore del turismo in generale - e di quello enogastronomico/agroalimentare in particolare - rendere possibile tale attività turistica, richiede una attenzione ed una disponibilità da parte di tutti i settori economici, istituzionali, sociali ecc. nel territorio. Le componenti del sistema di offerta del prodotto turistico enogastronomico possono essere esemplificate nell'immagine seguente:

## Componenti del sistema di offerta



## 4.2. Obiettivo

Gli obiettivi del PSL si sostanziano nell'attuazione degli interventi corrispondenti ad alcune delle "componenti" previste nell'immagine di cui sopra "Componenti del sistema di offerta" secondo la tabella di raffronto di seguito riportata:

Misura prevista dal PSL	Azione prevista dal PSL	Intervento previsto dal PSL	Componente del sistema di offerta
Misura 411- Competitività	Azione 1- Valorizzazione dei prodotti agricoli	Intervento 1- Investimenti aziendali volti alla realizzazione della filiera corta	3.3 Punti vendita prodotti tipici
		Intervento 2- Realizzazione di eventi enogastronomici	8.5 Eventi 5.3 Manifestazioni promozionali
Misura 412- Gestione dell'ambiente/ territorio	Azione 1- Cura e valorizzazione del paesaggio rurale	Intervento 1- Iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio del territorio rurale	7.1 Risorse naturali ambientali paesaggistiche
Misura 413- Qualità della vita/ diversificazione	Azione 1- Ricettività turistica	Intervento 1- B&B. e affittacamere non professionali	2.3 Residenze rurali e B&B
		Intervento 2.- affittacamere professionali	2.1 Attività alberghiere e paralberghiere
		Intervento 3- realizzazione posti letto agrituristici	2.2 Agriturismi
	Azione 2- Servizi di prossimità	Intervento 1-progetti integrati pubblico/privati e progetti singoli per la realizzazione di centri multiservizio	8.3 Attività commerciali
	Azione 3- Servizi e attività ricreative e culturali	Intervento 1- progetti integrati per la realizzazione di servizi ricreativi e culturali	8.2 Animazione 8.6 Attività culturali
	Azione 4- Iniziative finalizzate al marketing territoriale	intervento 1-azioni di marketing per la promozione del prodotto territorio	5 Promozione
MISURA 421- COOPERAZIONE	Progetto di cooperazione interterritoriale	Intervento 421.1	1. Agricoltura e produzioni tipiche 2 Ricettività 3 Attività specifiche
	Progetto di cooperazione transnazionale	Intervento 421.2	5. Promozione
		Intervento 421.3	6 Trasporti viabilità ed accessi alle aree 7 Ambiente e territorio

## 4.3. Strategia

La strategia dell'intero PSL è quella di **favorire e contribuire ed incrementare la tendenza alla formazione di una centralità dei prodotti vitivinicoli ed**

**agroalimentari nel sistema turistico locale con funzione strutturante dell'economia turistica**, dell'indotto, dell'assetto del territorio e dell'ambito rurale nel suo complesso, intervenendo direttamente nei settori previsti all'interno dell'Asse IV del PSR, e rifacendosi, per gli altri, all'attività di progettazione che è in corso all'interno del comprensorio in relazione all'Interreg IV A Italia Slovenia, ai Progetti Integrati Territoriali previsti dal PSR e, in particolare, al Piano di Azione Locale adottato dalla Comunità Montana Torre Natisone Collio.<sup>3</sup>

Tale strategia è confortata, da un lato, dalla presenza di risorse di eccellenza rappresentate da quelle di tipo enologico e dei prodotti agroalimentari di qualità ma anche dalla ristorazione sia tradizionale che di tipo agrituristico, nonché dalla importanza e dalla crescita in Italia dei numeri di tale segmento.

<b>I numeri dell'enoturismo e del turismo enogastronomico in Italia<sup>4</sup></b>	
<b><i>Enoturismo</i></b>	
Enoturisti (milioni)	4
Giro d'affari (miliardi di euro)	2,5
Comuni aderenti a circuito "città del vino"	550
Strade del vino	120
Aree doc, docg, igt	420
Distretti enoturistici	15
<b><i>Turismo enogastronomico</i></b>	
Gastroturisti (milioni)	5
Giro d'affari (miliardi)	15
Gastroturisti italiani/almeno 1 volta l'anno (milioni)	30
Turisti stranieri (milioni) con motivazioni anche gastronomiche	20

## ESPERIENZA NELLA DEFINIZIONE E GESTIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO LEADER

### La gestione del Piano di Azione Locale Leader II

Nella gestione del LEADER II i due territori di Cividale e delle valli del Natisone da una parte e di Tarcento e della Valli del Torre erano rispettivamente coperte da due GAL: Torre Leader e Natisone GAL. Per tale fase pertanto è necessario analizzare separatamente i due territori e due diversi PAL. La fusione fra le due società e la costituzione di Torre Natisone GAL è avvenuta in data 26 maggio 2005 e pertanto già nella fase di attuazione del PSL LEADER + Alpi Prealpi Giulie.

<sup>3</sup> Attuando - almeno parzialmente - la politica caratterizzante l'attività LEADER che originariamente rientrava in un ambito di "Liasons Entre Actions de Developement de l'Economie Rurale".

<sup>4</sup> Fonte : Turismo e finanza: i dati sono riferiti all'anno 2006

## GAL Torre Leader S.c.a r.l.

L'area di intervento del Gal Torre Leader ha coinciso con il Territorio della Comunità montana delle "Valli del Torre" e nello specifico i Comuni di Attimis, Faedis, Lusevera, Magnano in Riviera, Nimis, Povoletto, Taipana, Tarcento pari a una superficie di 313,86 KMq.

Nel corso dell'anno 2000 l'attività della società Torre Leader S.c. a r.l. si è sviluppata attraverso la realizzazione delle azioni necessarie all'avviamento delle procedure di attuazione del Piano di Azione Locale LEADER II approvato con Delibera della Giunta Regionale n°197 del 1 febbraio 2000.

Si è ritenuto necessario avviare una procedura di concertazione sul territorio finalizzata a verificare l'attualità degli interventi previsti all'interno del PAL e la loro rispondenza alle esigenze del contesto socio-economico ed istituzionale sul quale doveva incidere. Si è proceduto ad avviare un'attività di verifica incentrata su due iniziative parallele: da un lato la struttura del GAL ha effettuato una verifica sugli interventi finanziati sul territorio della Comunità Montana delle Valli del Torre attraverso i Fondi Strutturali comunitari nel periodo di programmazione 1994-1999 e dall'altro è stata avviata un'azione di concertazione con i partner istituzionali e socio-economici presenti sul territorio medesimo che si è concretizzata nella riunione tenutasi a Tarcento il giorno 14 novembre 2000 cui sono stati invitati i rappresentanti dei Comuni interessati dal PAL nonché tutti i soci della Società Torre Leader, rappresentanti le realtà socio-economiche più significative presenti sul territorio.

Si sono, infine, organizzate alcune riunioni con gli altri GAL presenti sul territorio regionale finalizzate alla messa a punto di una strategia relativa alla programmazione di LEADER Plus e all'individuazione di possibili sinergie finalizzate alla partecipazione dei GAL medesimi nell'attuazione dei diversi programmi finanziati attraverso i Fondi Strutturali comunitari sul territorio di propria competenza, tali quali l'Obiettivo 2 2000-2006, il Piano di Sviluppo Rurale, i Programmi Interreg III Italia-Austria e Italia-Slovenia.

Successivamente alla stesura dei bandi e alla definizione delle Convenzioni attraverso cui è stato attuato il PAL sono stati realizzati, nel rispetto del principio di concertazione, una serie di incontri con gli Enti e le Associazioni presenti sul territorio.

E' stata, inoltre, realizzata un'ampia attività di animazione in collaborazione con tali Enti che ha permesso di coinvolgere il maggior numero possibile di soggetti socio-economici nell'attuazione del PAL.

Si può quindi affermare che il GAL Torre Leader è stato considerato interlocutore privilegiato sul territorio da un gran numero di Enti ed Associazioni per quanto concerne la programmazione di interventi di sviluppo locale da realizzarsi nel territorio della Comunità Montana delle Valli del Torre.

Importanti esperienze sono state condotte nel settore dell'agricoltura che - a causa della necessità di richiedere per gli interventi nel settore specifica approvazione da parte dell'UE - richiedono la capacità di impostare procedure particolarmente complesse e di impostare provvedimenti nel rigoroso rispetto di regolamenti europei.

Il Programma LEADER II - FVG, ha interessato la 'subarea di montagna' selezionata per il periodo 1994-1999 ai sensi del Regolamento (CEE) n. 2052/88 per l'obiettivo 5b in forza della Dec. 94/197/CE del 26 gennaio 1994.

Il PAL Torre Leader è stato finanziato a seguito dell'esperimento del bando di selezione indetto dalla Regione Friuli-Venezia Giulia a valere sul Programma Leader II che, a causa dell'esiguità dei fondi a disposizione, aveva in un primo momento finanziato solo tre GAL rispetto ai sei che avevano presentato Piani di Azione Locali.

Con Delibera di Giunta Regionale n° 197 del 1 febbraio 2000, il PAL Torre Leader è stato finanziato attraverso l'Art. 4 della L.R. 10/97 per un totale di 2.205.529.19 Euro.

#### Descrizione degli sviluppi significativi nel contesto economico, sociale, politico.

Nel periodo di attuazione del PAL (2000-2003) si è assistito ad alcuni mutamenti abbastanza significativi del contesto economico, sia a livello globale che a livello locale.

A livello locale si è riscontrato un andamento congiunturale negativo dell'economia, soprattutto nei settori dell'industria e del commercio. Nel settore industriale si è assistito al ridimensionamento di alcune realtà importanti presenti sul territorio che hanno comportato il rischio e a volte la perdita di un numero significativo di posti di lavoro. Il settore commerciale ha risentito, oltre al trend negativo generale, del proliferare dei grandi centri commerciali ubicati a ridosso dei confini del territorio delle Valli del Torre che hanno comportato una profonda crisi negli esercizi presenti nei centri più grandi della Comunità Montana.

Lo scenario politico/istituzionale del territorio interessato dal PAL è mutato notevolmente nel corso dell'attuazione del PAL: le tre Comunità Montane del Torre, Natisone e Collio, un tempo distinte, rientrano oggi in un unico ente denominato "Torre, Natisone, Collio".

La nuova Legge Regionale sul Turismo (LR 2/2002) ha offerto l'occasione per una maggiore presa di coscienza a livello locale delle potenzialità del territorio delle Valli del Torre in un comparto che non si è sviluppato proporzionalmente alle potenzialità in esso presenti. In tal senso si è registrato un movimento propositivo da parte degli Enti locali inteso a dare una più precisa connotazione e valorizzazione turistica alle risorse endogene del territorio.

#### Conseguenze di tali sviluppi per l'attuazione del Programma.

I mutamenti socio-politici verificatisi nel territorio della Comunità Montana delle Valli del Torre hanno avuto quale principale conseguenza la necessità di attuare una modifica sostanziale del PAL, approvata dalla Giunta Regionale nel febbraio 2001, a distanza di due anni dalla sua stesura originaria. Tale revisione ha cercato di rispondere meglio alle mutate esigenze del territorio, razionalizzando gli interventi previsti nella stesura originaria, concentrando le risorse finanziarie a disposizione in interventi più efficaci e maggiormente rispondenti alle esigenze soprattutto del tessuto imprenditoriale, potenziale beneficiario dei contributi.

A fronte del rinnovato interesse dimostrato a livello istituzionale sia regionale che locale si è deciso di potenziare le iniziative ricomprese nel PAL intese a favorire il settore turistico. Si è provveduto, inoltre, a prorogare oltre il termine del 31 dicembre 2002 l'attività dei Centri Servizi di Tarcento e Nimis volti a favorire i settori rispettivamente delle imprese e della formazione e del turismo e della promozione del territorio.

L'individuazione di alcuni punti di debolezza dell'area delle Valli del Torre, accompagnata dalla crisi del settore del commercio e in parte del turismo, hanno determinato la volontà del GAL Torre Leader di attuare e sviluppare una serie di

iniziative volte a promuovere la conoscenza del territorio. Dal tentativo di raggiungere tale obiettivo sono stati realizzati pertanto i dépliant di promozione delle manifestazioni tipiche del territorio, quelli di promozione delle realtà ricettive e tutto il piano di comunicazione ampliato ed attuato a seguito della rimodulazione finanziaria approvata nel dicembre 2002.

La scelta strategica effettuata nell'attuazione del PAL ha inteso favorire la crescita di uno spirito di partecipazione tra le parti sociali (strutture pubbliche, organismi privati e popolazione) basato sul recupero dei valori economico-sociali e culturali necessari affinché l'intervento potesse avere prospettive di risultati nel medio- lungo periodo.

Attraverso l'attività dei Centri Servizi di Nimis e di Collalto di Tarcento il GAL ha sviluppato alcune iniziative che si sono integrate con l'attuazione delle diverse politiche a livello regionale, nazionale e comunitario rispettivamente nei settori del turismo e dei servizi alle imprese ed alla popolazione.

Il PAL "Torre Leader" è stato attuato attraverso due modalità:

1. i progetti svolti da soggetti economici individuati sul territorio attraverso bandi pubblici;
2. i progetti svolti da soggetti economici e/o Enti pubblici individuati sul territorio attraverso convenzioni;

Nel primo caso sulla base dei "Punteggi di Valutazione" e dei criteri stabiliti dai bandi sono state definite le graduatorie finali nelle quali accanto al nome del soggetto proponente ed al numero del progetto sono stati riportati l'ammontare del contributo concesso e la percentuale di contribuzione dei fondi pubblici;

Nel secondo caso, il GAL Torre Leader ha stipulato convenzioni con soggetti economici e/o Enti Pubblici del territorio

## Risultati

- Gli originari 43 interventi previsti sono stati ridotti a 21 nel rispetto del principio di semplificazione dell'attuazione del PAL, accorpando interventi previsti all'interno di diverse Azioni ed eliminandone altri alla luce delle mutate esigenze del territorio della Comunità Montana delle Valli del Torre.
- Il valore complessivo del PAL, così come modificato, è aumentato dalle originarie 5.770.500.000 Lire a 5.821.000.000 Lire e la partecipazione dei soggetti beneficiari ultimi degli interventi è passata da 1.500.000.000 Lire a 1.550.500.000 Lire.
- Per alcuni interventi si è provveduto ad individuare puntualmente i soggetti attuatori con i quali il GAL ha concluso le apposite Convenzioni atte a consentire la realizzazione dei lavori preventivati.

## La gestione del Piano di Azione Locale Leader II Natisone Gal

L'iniziativa è nata per volontà della Comunità Montana delle Valli del Natisone, che ha costituito il GAL ed il suo partenariato in seguito al bando regionale Leader II. Il PAL è

stato finanziato con fondi regionali – essendo esauriti i fondi europei, ma regolamentato e disciplinato dai regolamenti comunitari.

La programmazione del PAL è nata dal territorio e dal partenariato ed i attuazione di questa sono stati proposti i Bandi approvati dal CdA del Gal e dal Servizio Autonomo Sviluppo Montagna, organo di controllo regionale. L'animazione è stata capillare; i media, appositamente sollecitati, hanno svolto efficacemente il loro compito; va tuttavia riscontrato un senso diffuso di apatia e di sfiducia, in generale. L'ambiente naturale, il B&B e il turismo, le attività di Forum dello Sviluppo oltre che l'informatizzazione, sono le Azioni che più hanno motivato la popolazione. E' stato però necessario prendere letteralmente per mano il beneficiario, assisterlo in tutte le fasi ed incoraggiarlo al fine di superare tutte le incombenze ed ostacoli.

La presenza costante del GAL e delle sue attività di animazione ha aperto una breccia nell'apatia cronica: alla conclusione dell'iniziativa gli interventi hanno portato ad un aumento significativo del potenziale dell'offerta turistica e culturale, una maggiore attenzione all'ambiente ed alle sue problematiche e la creazione di centri sociali telematici anche nei luoghi più lontani e disagiati.

Anche per questi motivi il "Piano di Azione Locale del Natisone GAL" all'azione 1.3 ha previsto la realizzazione di iniziative volte a dare un primo tentativo di soluzione alle problematiche locali fondamentalmente riconducibili alla una debolezza del sistema socio-economico delle aree delle Valli del Natisone poste a ridosso di un'area definita da un confine fino a pochi anni orsono a diverso assetto socio-economico-politico che ha predeterminato la mancanza dei servizi di base, un ostacolo all'attività imprenditoriale e al mantenimento di un presidio umano sul territorio.

L'obiettivo prioritario di questa azione è stato quello di attivare una serie di servizi integrati finalizzati alla pianificazione e gestione del territorio favorendo l'accesso delle piccole imprese dell'artigianato allo sviluppo, attraverso dei servizi reali attivati con le precedenti misure e con "Sportelli" di animazione a supporto dell'attività economica."

Per raggiungere tali obiettivi si è ritenuto fondamentale:

- produrre studi finalizzati alla pianificazione e gestione del territorio;
- coordinarsi sulle scelte di pianificazione territoriale e progettuale in funzione del superamento dell'attuale situazione di debolezza strutturale dell'economia;
- coordinarsi con gli enti che hanno competenza sul territorio, al fine di ottimizzare lo scambio informativo inteso come risorsa di sviluppo;
- realizzare "sportelli" di animazione socio-economica a supporto delle attività economiche e culturali per lo sviluppo delle attività economiche;
- ricercare tecniche e uso di tecnologie avanzate compatibili, in un contesto di accordi di partenariato.

Si è ritenuto che i seminari ed i forum previsti dall'azione dovessero essere il momento finale di una intensa e prolungata attività preparatoria, atta a portare alla realizzazione di materiale volto a coinvolgere gli operatori pubblici e privati sulle problematiche locali e destinato a sollecitare indicazioni ed ipotesi di risoluzione con particolare riguardo a quelle azioni che, superando i limiti dell'intervento settoriale e perciò isolato e sporadico, trovassero nell'integrazione di problematiche diverse e di iniziative

condotte a livello territoriale, forme di reciproco sostegno in grado di dare sistematicità all'intervento complessivo.

Tale attività è stata pensata anche come attività preparatoria ad ulteriori interventi mirati destinati proseguire quest'opera con in particolare il Leader+ ad integrazione delle misure previste dall'Ob.2, dall'Interreg ecc.

Natisone GAL ha avviato interessanti interventi nel settore del turismo, con particolare riguardo alle attività di B&B che - peraltro - sono state avviate per prime nell'area delle Valli del Natisone rispetto alle altre aree della regione.

#### [La gestione del Piano di Azione Locale Leader + GAL ALPI PREALPI GIULIE Torre Natisone Gal - Attività svolta](#)

Le società "OPEN LEADER Soc. cons. a r.l.", NATISONE GAL Soc. cons. a r.l." e "TORRE LEADER Soc. cons. a r.l.", hanno costituito - con atto rep. n.6923 racc. n.21906 dd. 28 mese di giugno 2002, rogato dall'avv. BRUNO PANELLA, notaio residente a Udine ed iscritto presso il Collegio Notarile di Udine un'associazione temporanea di scopo denominata "Alpi Prealpi Giulie" e a tal fine hanno designato come capofila amministrativo e finanziario, con compiti di coordinamento e di garanzia del corretto funzionamento del parternariato e del buon fine delle azioni previste, la società "OPEN LEADER S. cons. a r.l.", costituendo in tal modo un "Gruppo di Azione Locale".

La sede dell'ATS è stata fissata presso la sede del capofila GAL Open Leader.

La zona d'intervento del PSL ALPI PREALPI GIULIE (Approvato in Giunta Regionale con deliberazione n° 4240 dd. 6 dicembre 2002) ha compreso i seguenti Comuni della Provincia di Udine: Chiusaforte, Dogna, Malborghetto Valbruna, Moggio Udinese, Pontebba, Resia, Resiutta, Tarvisio, Attimis, Faedis, Lusevera, Magnano in Riviera, Nimis, Povoletto, Taipana, Tarcento, Cividale del Friuli, Drenchia, Grimacco, Pulfero, Prepotto, San Leonardo, San Pietro al Natisone, Savogna, Stregna e Torreano. Tutti comuni inseriti nel territorio delle Comunità Montane Canal del Ferro - Valcanale, Valli del Torre e Natisone.

L'obiettivo fondamentale riguardante il PSL ALPI PREALPI GIULIE, è stato quello di affrontare e indicare soluzioni alla internazionalizzazione ed alla autoformazione del comprensorio trinazionale (Italia-Slovenia-Austria) cercando di enfatizzare le caratteristiche specifiche puntando alla complementarità come contributo ad un valore unitario da proporre all'esterno piuttosto che alla concorrenza interna.

Per tali motivi si è puntato alla attivazione di un "sistema" - anche attraverso il rilancio dei servizi alle imprese - nella direzione della creazione di un terreno di coltura favorevole all'innovazione ed all'integrazione reciproca, con servizi da reperirsi o crearsi il più possibile all'interno dell'area sì da disincentivare la ricollocazione all'esterno delle attività presenti nell'area.

Tenendo conto di tali aspetti si è individuato quale obiettivo primario "far uscire chi transita in autostrada" puntando allo sfruttamento dell'imponente bacino di utenza rappresentato dal passaggio di viaggiatori che confluiscono sia dall'est che dall'ovest europeo e che poi si dividono scendendo lungo la Slovenia per una piccola parte e lungo il territorio del PSL per la parte preponderante.

L'ammodernamento del sistema produttivo locale attraverso la messa in rete degli operatori e la connessione di tale aspetto con la ricerca di mercati più ampi per le

produzioni locali – non ultimo quello rappresentato dalla presenza di turisti in loco – si sono poste l’obiettivo della difesa delle attività economiche e della loro espansione, anche in termini di creazione di nuovi posti di lavoro. Il tipo di intervento previsto ha favorito l’inserimento di nuove tecnologie ad alto valore aggiunto rappresentando una possibilità nuova sotto il profilo della utilizzazione in loco di tali risorse.

La conoscenza dell’area può infatti essere utilmente affidata anche alla vendita dei prodotti del comprensorio e anche a tali fini sono stati realizzati interventi atti a promuovere la vendita a distanza (e-commerce), la certificazione di qualità e la creazione di un “portafoglio clienti” basato sulla catalogazione di tale clientela e su iniziative di fidelizzazione della stessa (direct marketing).

La vendita a distanza, in particolare on line, ha acquisito quindi, ai fini del piano, una doppia valenza:

- contribuire al superamento della carenza di domanda locale che è una delle caratterizzazioni principali dell’area;
- diventare veicolo promozionale e creare contatti nuovi per il comprensorio nella prospettiva di far diventare il cliente della singola attività un cliente dell’intera area.

L’integrazione territoriale fra attività economiche diverse e la loro messa in rete, la valorizzazione di tutte le risorse del territorio e, in ultima analisi, il territorio stesso come prodotto complessivo ha dato buoni risultati e, si ritiene, ne darà ancor di più per il futuro (quando – entro il 31 dicembre 2008 la rete della ricettività non professionale e Portale Alpi Prealpi Giulie saranno completati).

Il fatto poi che questo processo sia partito dalla valorizzazione dei prodotti locali, dalle risorse pur sempre tradizionali dell’ambiente e delle piccole attività produttive può favorire un radicamento nuovo sul territorio in cui passato e tradizione sappiano dare – lungi dall’essere elementi nostalgici di recupero di culture materiali ideologizzate – un moderno concetto di identità nonché risorse e ragioni di permanenza anche per il futuro.

La cooperazione infine è stata vista come il tentativo di affrontare problematiche complesse ed altamente tecnologiche attraverso scambi di esperienze e buone prassi con partner che possano essere, anche oltre il presente, collaboratori e partner stabili anche in considerazione della posizione frontiera della regione in generale e dell’area PSL in particolare.

Sotto il profilo istituzionale la Regione ha dato completamento alla riforma delle Comunità Montane che ha visto l’accorpamento del Canal del Ferro - Val Canale con il Gemonese (Comunità Montana del Gemonese Canal del Ferro Val Canale) e delle Valli del Torre con le Valli del Natisone e con il Collio (Comunità Montana Torre Natisone Collio). La situazione così determinatasi ha visto la partecipazione di una sola comunità (la prima) a due GAL (Open Leader ed Euroleader, il secondo ricomprendente anche la Carnia) ed invece una situazione (per quanto riguarda la seconda) in cui in un territorio unico esiste un solo GAL (Torre-Natisone GAL nato dalla fusione con atto del 26 maggio 2005 n° rep. 18044 n° racc. 37972 delle società Torre Leader e Natisone GAL) peraltro non operante su tutta l’area comunitaria. Tale situazione ha richiesto una qualche forma di razionalizzazione di cui Comunità Montane e GAL sono state coscienti tanto da avviare una serie di contatti e consultazioni al fine di affrontare il problema nella direzione di puntare ad un GAL per ogni Comunità Montana.

Una situazione economica generale di sempre maggiore difficoltà ha aggravato alcune situazioni sul versante delle spinte imprenditoriali sempre meno incisive, della rarefazione degli investimenti nei settori produttivi, della generale incertezza particolarmente diffusa fra i giovani.

L'aggravamento della situazione economica generale ha causato un generale clima di sfiducia, o quantomeno di preoccupazione, che tende a scoraggiare investimenti aziendali che non siano di mero consolidamento, portando a rinviare gli investimenti di innovazione dei processi. Anche le aziende contattate nella fase di stesura del PSL - a titolo di test - per verificare la praticabilità delle iniziative proposte con il PSL medesimo, con particolare riferimento all'Azione I.1 - Servizi alle imprese, si sono dimostrate - nella fase di pubblicazione dei relativi bandi - poco disponibili a nuovi investimenti.

Le problematiche principali riscontrate nella gestione del PSL riguardano soprattutto l'Azione I.1 - Servizi alle imprese. Le difficoltà sono legate alla particolare congiuntura economica per cui le aziende sono poco propense ad investire risorse per la certificazione di qualità. Il GAL ha cercato di far fronte a tale difficoltà con un'attività di animazione sul territorio molto forte al fine di riuscire a raggiungere tutte le aziende potenzialmente interessate a presentare domanda di contributo. Nonostante l'insuccesso della certificazione, le aziende hanno dimostrato interesse per l'informatizzazione dell'impresa e per l'acquisto di software funzionali all'e-commerce e al direct marketing.

Le motivazioni che sembrano stare alla base del mancato interesse nei confronti degli investimenti aziendali hanno invece sortito effetti opposti per quanto riguarda i piccoli investimenti delle famiglie. L'incertezza generale e le non chiare prospettive economiche sembrano infatti spingerle a cercare occasioni anche solo complementari di reddito. L'interesse nei confronti del bando previsto dall'azione II.1 - Ricettività non professionale - si è dimostrata superiore alle aspettative.

Il GAL nel corso dell'anno 2005 ha ritenuto pertanto di apportare al PSL una prima modifica per un migliore utilizzo delle risorse, anche tenuto conto dell'indicizzazione del Programma Leader+ Regionale per le azioni relative alle misure dell'asse 1, tra le quali l'aumento degli stanziamenti previsti per l'azione II.1 - Ricettività non professionale e l'aumento al 50% della percentuale di contribuzione prevista per il bando dell'azione I.1 Progetto1 PMI. Tale modifica è stata approvata dal Gal con delibera del CdD n. 5 del 10.02.2005 e dalla Giunta Regionale con deliberazione n. 1388 del 10.06.2005.

Nel corso dell'anno 2006 il Gal ha ritenuto opportuno apportare un'ulteriore modifica al PSL in quanto nel corso delle attività di realizzazione delle azioni previste dal PSL si è evidenziata la necessità di una rimodulazione che effettuasse storni da azioni che, ad avvenuta pubblicazione dei relativi bandi, hanno rivelato uno scarso interesse da parte dei potenziali beneficiari finali (azione I.1 Progetto 1 PMI e Progetto 2 aziende agricole, per quanto riguarda la certificazione di qualità) ad altre azioni che, al contrario, hanno dimostrato un interesse superiore alle previsioni (azione II.1 e II.2).

Con delibera del CdD n. 28 del 14/06/06 il Gal ha approvato tale seconda modifica al PSL che è stata approvata dalla Giunta Regionale con deliberazione n. 2217 del 22 settembre 2006.

Nel corso dell'anno 2007 è stata apportata un'ulteriore modifica al PSL (CdD n. 6 del 14.02.2007) prevedendo una serie di aggiustamenti di carattere prevalentemente

finanziario al fine di consentire una accelerazione dell'operatività del GAL, ormai arrivato alle soglie della chiusura del progetto medesimo. Prevalentemente trattasi di storni fra azioni onde consentire il finanziamento di quelle in cui si è verificata una forte richiesta di intervento (III.1) e di ridurre la disponibilità di quelle in cui la risposta è stata inferiore alle previsioni (azione I.1 progetto 2: riduzione risorse previste per certificazione delle imprese, azione II.2: riduzione risorse in eccesso in seguito a chiusura progetti prima pubblicazione). Tale modifica è stata approvata con delibera di Giunta Regionale n. 852 del 13.04.2007.

Con delibera del CdD n. 43 del 02/07/07 il Gal ha approvato la quarta modifica al PSL che è stata approvata dalla Giunta Regionale con deliberazione n. 888 del 15.05.2008.

### ***La azioni del PSL Alpi Prealpi Giulie***

#### **SERVIZI ALLE IMPRESE - Azione I.1 Informatizzazione, e-commerce, direct marketing e certificazione delle imprese**

(Rif. Azione 1.1.1 "Attività di informazione", 1.2.3 "Iniziative di promozione e di commercializzazione", 1.2.4 "Utilizzo delle nuove tecnologie informatiche", 1.2.5 "Certificazioni di qualità")

L'obiettivo è stato quello di allineare il maggior numero possibile di imprese dell'area ai nuovi standard di presenza sul mercato e di metterle in rete. Si è inteso raggiungere tale obiettivo attraverso l'importazione in tali aziende di nuove tecnologie coordinate in "pacchetti" onnicomprensivi in cui i nuovi sistemi di commercializzazione (e-commerce e vendita a distanza) fossero ottimizzati attraverso politiche di fidelizzazione (direct-marketing), garantiti attraverso la prestazione di valide garanzie per l'utente-acquirente (certificazione di qualità), il tutto alimentato e consentito dagli indispensabili supporti informatici che ne costituiscono la logica ed indispensabile premessa (informatizzazione).

Tale azione si è sviluppata attraverso l'emanazione di appositi bandi di gara per la concessione di contributi in conto capitale secondo la normativa "de minimis" rivolti al finanziamento di progetti in relazione a tre categorie diverse di aziende: Piccole Medie Imprese, Aziende del settore agricolo e Aziende commerciali.

Privilegiando le produzioni più suscettibili a sostenere un ruolo di promozione e di vendita del "prodotto territorio" nel suo complesso, si è voluto creare interventi integrabili a sistema con le altre iniziative del PSL (manifestazioni promozionali, reti ecc.).

Ogni prodotto venduto a distanza è - in altre parole - potenzialmente suscettibile di comunicare elementi di conoscenza all'acquirente sia di per sé, sia come creazione di un contatto nei confronti del quale indirizzare forme diversificate di comunicazione utili a creare un interesse nei confronti dell'area. Se infatti i prodotti dotati di maggiore attrattività sono quelli dell'agroalimentare e del commercio, l'accoglienza, i servizi collaterali, la ristorazione ecc. costituiscono una integrazione ed un fattore di moltiplicazione dei flussi finanziari nell'area la cui mancanza appiattirebbe considerevolmente l'efficacia dell'intero progetto.

La valorizzazione delle produzioni tipiche - con particolare riguardo al vino, ai prodotti lattiero-caseari, ed in genere all'agroalimentare - sono stati elementi strategici di tutto

il PSL in quanto elemento di valorizzazione del territorio e di comunicazione dei suoi migliori aspetti di fruibilità turistica.

La particolare capacità dei prodotti agroalimentari di veicolare suggestioni e curiosità relativamente ai luoghi della loro produzione li rende senz'altro i più adatti alle iniziative di comunicazione/marketing – collegate con la vendita a distanza dei prodotti stessi – che sono previste all'Azione III 1.

Assieme alle attrattive enogastronomiche ed agroalimentari il commercio costituisce uno dei veicoli di internazionalizzazione dell'area dell'ATS Alpi e Prealpi Giulie in quanto può rappresentare il fattore di specializzazione-integrazione in grado di renderla partecipe dell'insieme dell'area internazionale con un ruolo preciso e, per certi versi, difficilmente surrogabile.

Agganciare allo shopping le possibilità di fruizione enogastronomia, ambientale e turistica dell'area può consentire la creazione di valore aggiunto sia nella direzione della attrattività commerciale che di quella turistica in senso stretto.

La messa in rete infine potrà consentire una serie di operazioni – commerciali, promozionali, di area – che, costituendo anche occasione di visita diretta, determinano un fattore di incremento delle presenze in loco e pertanto un fattore utile allo sviluppo delle attività turistiche ed al raggiungimento dell'obiettivo di far uscire almeno una parte del flusso dei passaggi autostradali

Fondamentale è stata la sensibilizzazione delle persone alla partecipazione diretta alle iniziative da intraprendere grazie all'ausilio di opportune azioni di animazione, informazione ed incontro, sia nella fase iniziale dell'avvio delle iniziative, sia nel corso delle stesse, sia alla fine per consolidarne i risultati.

Tali attività sono state rivolte non solo ai potenziali diretti beneficiari ma anche ad amministratori locali, operatori economici, forze sociali ed alla popolazione nel suo complesso e ciò anche con specifiche iniziative di forum. Per creare, attorno alle azioni previste dal PSL, un consenso ed un gradimento sociale che ne costituiscano un utile presupposto ed una facilitazione nell'approccio realizzativo.

## **IL TURISMO - Azione II.1 Rete della ricettività non professionale**

(Rif. Azione 1.1.1 “Attività di informazione ed animazione (forum, media, seminari, ecc) sulle problematiche e sulle opportunità di sviluppo territoriale” e Azione 1.2.1 “Sostegno alla costruzione e alla attività di reti e consorzi tra operatori locali per l'offerta integrata di prodotti locali (integrazione di filiera e/o territorio)” del CdP e del PLR).

Nella regione Friuli V.G. le attività di B&B per prime sono iniziate nel Cividalese e pertanto all'interno dell'area PSL. Qui hanno mantenuto una certa concentrazione e sono tendenzialmente in crescita. Nel resto dell'area confinaria della regione la carenza di forme di ricettività diffusa, quali le attività di Bed and Breakfast (B&B) e le altre attività di gestione della ricettività non professionale, è particolarmente sentita in quanto il confronto con le situazioni dei paesi confinanti è particolarmente immediato e stridente. Rappresenta anche una perdita di flusso turistico in quanto sono molti i turisti di passaggio che preferiscono effettuare la loro sosta laddove esistano tali forme di ospitalità favorendo in tal modo la attività di “*intercettazione*” delle limitrofe aree austriache e slovene.

L'inserimento in rete di tale realtà pertanto – sebbene particolarmente difficoltosa attese le dimensioni degli esercizi – appare importante non solo per il completamento dell'offerta territoriale complessiva, ma anche al fine di dare sufficiente continuità alla utilizzazione degli esercizi di B&B e posti letto di tipo non professionale, conseguentemente, una remuneratività che ne garantisca il mantenimento. L'immissione in rete comunque è resa particolarmente difficile dal ridotto numero degli esercizi e dalla discontinuità territoriale degli stessi, abbastanza numerosi in alcune zone (Cividalese e Tarvisiano) quasi inesistenti in altre (Tarcentino).

La possibilità di immissione in rete è stata pertanto possibile solo incrementandone il numero per cercare una più omogenea diffusione territoriale.

In una situazione di carenza di domanda il flusso turistico, per quanto modesto sia, può divenire una risorsa fondamentale sotto più aspetti:

- rappresenta una quota di mercato che si aggiunge a quello locale in quanto, almeno in certi periodi dell'anno, può essere presente in loco rendendo possibili o quantomeno semplificando alcune delle iniziative di marketing e commercializzazione (indotto);
- rappresenta la possibilità di creazione di nuovi contatti da fidelizzare e da far diventare potenziali testimonial nell'area di rientro/provenienza;
- crea un'aura ed un valore aggiunto alle produzioni dell'area in quanto comunica qualità ambientale, stile di vita della popolazione, genuinità complessiva ecc.

Ai fini di creare la massa critica indispensabile alla creazione del sistema, sono stati finanziati progetti per la creazione di nuovi posti letto, con priorità assoluta alle attività ricettive non professionali di B&B e di affittacamere che non somministrino alimenti e bevande, così come definite dalla legge regionale n. 2/2002 e sue successive modifiche, e in via residuale sono state finanziate le attività non professionali di affitto di case vacanza.

## **Il TURISMO - Azione II.2 La valorizzazione delle risorse ambientali e la loro integrazione nel prodotto turistico**

(Rif. Azione 1.1.1 "Attività di informazione" - Azione 1.2.3 "Iniziative di promozione e commercializzazione" del CdP e del PLR)

La mancanza di un retroterra urbano (e pertanto di un mercato sufficientemente ampio) come caratteristica principale di tutta la montagna friulana, e di quella oggetto del PSL in particolare, ne ha depresso le possibilità di sviluppo prima nel settore della forestazione (anche se qui un ruolo lo ha avuto anche la particolare conformazione geomorfologia e la difficoltà di accesso e di collegamento) poi in quello delle attività agropastorali ed infine di quelle produttive e turistiche. Tale situazione ha generato abbandono e spopolamento generando una situazione complessa in cui il fenomeno positivo è il mancato stravolgimento secondo i tipi dello sfruttamento del territorio in termini di non rinnovabilità e quello negativo è rappresentato dall'abbandono del territorio a se stesso in balia di un degrado che non è solo paesaggistico ma anche idrogeologico e culturale.

Tale situazione ha comportato la necessità di un intervento complesso destinato a valorizzarne da una parte le caratteristiche di spiccata naturalità e di particolare complessità, soprattutto sotto il profilo botanico e faunistico, ma che nel contempo ne

preservi le caratteristiche originariamente determinate da un forte intervento antropico al di fuori del quale non è più possibile mantenerne l'equilibrio a meno di un dissesto che ne comprometta la fruizione e la sua considerazione quale risorsa.

Sono stati finanziati progetti integrati che avevano come motivazione il rafforzamento del legame tra turismo naturalistico, turismo secondario, commercializzazione dei prodotti tipici locali e territorio. Ciò è possibile anche attraverso il miglioramento della fruibilità dell'ambiente naturale, il potenziamento del sistema d'informazione turistica esistente e la realizzazione di iniziative volte a migliorare la comunicazione e la diffusione delle informazioni sul territorio.

Una parte sempre più consistente delle forze presenti sul territorio - EE.LL, associazioni, attività imprenditoriali e produttive - vincendo antiche e nuove resistenze, hanno dimostrato di considerare le valenze ambientali quali una risorsa importante sia come opportunità di attività turistiche e di indotto, sia quale elemento concorrente nel determinare qualità della vita senza la quale non è ragionevolmente pensabile poter trattenere gli abitanti sul territorio.

Gli interventi realizzati possono dare un forte valore aggiunto almeno in tre direzioni:

- possono costituire una sottolineatura della naturalità dell'area e quindi della naturalità dei prodotti che vengono realizzati al suo interno;
- costituiscono un contorno ed un completamento a tutte le attività di tipo turistico in quanto qualsiasi attività riceve beneficio dal fatto di svolgersi in un ambiente di particolare valore;
- costituiscono infine un prodotto turistico di nicchia, non destinato a grandi numeri ma comunque importante ad implementare il ventaglio di proposte possibili.

L'azione ha previsto due interventi consistenti in un intervento di valorizzazione della risorsa naturale e in un intervento, integrato al primo, di gestione della risorsa medesima.

La realizzazione dell'azione attraverso due momenti distinti ha voluto puntare al superamento del problema, in più sedi lamentato, che si realizzino interventi anche importanti ma destinati a rimanere lettera morta in quanto manca, successivamente alla realizzazione, l'indispensabile elemento gestionale che ne permetta il corretto funzionamento ed il raggiungimento dell'obiettivo inizialmente posto.

Per quanto riguarda il primo aspetto (Intervento di tipo A) si è inteso procedere alla realizzazione di progetti legati alla utilizzazione delle risorse naturalistico ambientali con particolare riguardo alle aree di parco e di tutela/valorizzazione e loro inserimento nel prodotto turistico d'area laddove possano essere ricompresi la realizzazione di aree faunistiche, di aree tematiche, sentieri e laboratori didattici, mostre permanenti, studi e realizzazioni di percorsi di animazione, ivi compresi la realizzazione di campagne di informazione e di materiale comunicativo, diffusione di informazioni tramite Internet, realizzazione di cartellonistica tematica ecc

Parallelamente, ed in forma integrata rispetto a questi (Intervento di tipo B) sono stati finanziati progetti destinati alla organizzazione, promozione e gestione delle realizzazioni di cui sopra. quali piccole cooperative, piccoli imprenditori, aziende che operano nel settore dell'ambiente ecc.

Non sono stati concessi incentivi a chi, per la medesima motivazione, aveva già ottenuto contributi, in particolare se relativi ad azioni del PSR, dell'Ob 2 e di altri programmi europei.

### **AZIONE III.1 LE ATTIVITÀ DI MARKETING E PROMOZIONALI**

(Rif. Azione 1.1.1 "Attività di informazione" - Azione 1.2.3 "Iniziative di promozione e commercializzazione" del CdP e del PLR)

La promozione dell'area è stata una degli obiettivi principali dell'intero PSL in quanto ogni azienda, servizio e prodotto che si rinnovi o - ancor di più - ogni azienda, servizio e prodotto nuovo non può avere successo se non viene adeguatamente fatto conoscere facendo nel contempo conoscere il territorio che da questo viene implicitamente valorizzato.

Si è inteso a tal fine procedere in due direzioni complementari e coordinate:

- azioni di marketing territoriale funzionali alla comunicazione delle risorse del territorio;
- manifestazioni di promozione del territorio e delle sue valenze.

Il potenziamento della attrattività del territorio e la sua omogeneizzazione al contesto internazionale di cui è parte infatti non possono essere disgiunti da forme di promozione complessiva in senso territoriale di risorse tali da portare la conoscenza dell'area a domicilio del potenziale fruitore - e quindi prima che lo stesso si metta in viaggio - in quanto non è ipotizzabile l'efficacia di strumenti promozionali e di advertising lungo il percorso - autostradale e non - a piano di viaggio già effettuato.

La difficoltà pertanto è di raggiungere un utenza - attuale o potenziale - che è sparsa in larga parte d'Europa oltre che in gran parte della penisola.

Come primo passo di gestione del PSL si è provveduto alla realizzazione di una "Programmazione iniziale" con il compito di programmare l'attività da realizzarsi negli anni di gestione del PSL. Tale programmazione non è stata condotta "a tavolino" ma in merito alle iniziative da intraprendere sono stati sentiti enti, associazioni di categoria, operatori dei vari settori economici coinvolti dalle azioni del PSL, enti turistici ecc..

La forte frammentarietà delle presenze istituzionali - operative e la necessità di operare in termini unitari sull'intera area dell'ATS ha fatto propendere per una gestione diretta dell'azione anche per il fatto che l'ATS rappresentava al suo interno associazioni di categoria di tutti i settori economici coinvolti dal PSL, sia del turismo, che dell'agricoltura, del commercio, delle PMI dell'artigianato ecc. ponendosi quindi quale entità particolarmente idonea a realizzare una sintesi il più possibile equilibrata fra interessi economici diversificati.

Come parte fondamentale delle iniziative di marketing sono state considerate le manifestazioni che si legano e promuovono tradizioni e capacità produttive locali (es. produzioni agroalimentari) in quanto queste possono rappresentare un punto di emersione mediatico di realtà poco conosciute - soprattutto all'esterno dell'area.

Le manifestazioni che si legano al territorio e che sono di tipo culturale, folcloristico, enogastronomico, ecc., infatti, si stanno sempre più qualificando come attività turistico promozionali di primaria importanza sia in regione che a livello nazionale ed oltre.

Si è inteso pertanto incentivare un processo di arricchimento delle iniziative che si realizzano a livello locale ed una loro crescita nella direzione di una caratterizzazione

forte delle iniziative e nel loro legame con le attività produttive ed economiche locali, sia nella direzione di una loro qualificazione “fisica” affinché possano essere presentate in una cornice in cui diminuiscano gli elementi di ingenuità ed improvvisazione ed aumentino quelli di professionalità e di servizio.

Alcune manifestazioni, se opportunamente calendarizzate, possono pertanto rappresentare un momento trasversale all’interno delle azioni e delle attività previste dal PSL favorendone una forte integrazione, anche attraverso l’indotto che la presenza sul territorio di ospiti porta a gran parte delle attività che lo caratterizzano.

L’intenzione di realizzare tali iniziative con i soggetti che già operano nell’area punta, quantomeno come ricaduta secondaria, all’inserimento nelle attività del PSL di tali soggetti e cioè EE.LL. specie se consorziati, no profit, associazionismo locale ecc., dando un ruolo a quella che deve essere considerata una fondamentale risorsa locale utile non solo nel settore sociale ma anche in quello che – in senso lato – potremmo definire produttivo.

Si è organizzata una calendarizzazione periodica delle iniziative più importanti del territorio atte a rappresentare occasioni privilegiate di visita al territorio e di utilizzazione delle sue risorse a cui si colleghino sconti di acquisto, menù tematici, degustazioni, offerta di ricettività e – collegato a ciò – visite guidate ad aree di interesse storico, artistico, naturalistico, ad aziende ecc.

Le manifestazioni affidate a soggetti attuatori tramite bando ad EE.LL., associazionismo locale, ecc. ha previsto una compartecipazione finanziaria degli stessi non inferiore al 20% delle spese previste.

Sono stati finanziati progetti integrati consistenti in un intervento di predisposizione di strutture per la realizzazione di manifestazioni destinate alla valorizzazione delle produzioni agroalimentari tipiche ed enogastronomiche di qualità e in un intervento di utilizzazione/gestione delle strutture realizzate e di organizzazione delle manifestazioni di cui al punto precedente. Si è puntato in questo modo alla realizzazione di progetti integrati in cui si trovino in termini di complementarità sia il progetto realizzativo (Intervento di tipo A), sia il momento gestionale del medesimo (Intervento di tipo B).

## **PROGETTI DI COOPERAZIONE.**

l’ATS ha realizzato a livello trans-nazionale un portale dell’intera area PSL e dell’area interessata alle Alpi e Prealpi Giulie, con particolare riguardo al versante austriaco e sloveno che consenta di dare visibilità alla rete degli operatori italiani ed agli operatori dei paesi vicini e che sia in grado di divenire in uno strumento di promozione/comunicazione e strumento di commercializzazione.

Mancano al riguardo, se si toglie l’area di Tarvisio e delle Alpi Giulie, forme di comunicazione che considerino il territorio nel suo complesso in una prospettiva di integrazione delle risorse locali.

Esistono forme, spesso artigianali, di promozione di micro-realtà ma manca una comunicazione capace di restituire la dimensione territoriale in cui non esisto singole risorse ma un complesso di possibilità integrabili.

Sotto il profilo della comunicazione turistica mancano testi, mancano immagini e manca un progetto complessivo di comunicazione e di promozione cui tale materiale possa far riferimento.

La realizzazione dell'iniziativa pertanto parte da una situazione di reale ritardo, anche nei confronti di territori limitrofi, approntando non solo il portale in senso tecnico ma partendo dalla raccolta dei materiali e, ancor prima, dalla costruzione di una specifica filosofia di comunicazione adatta alle risorse esistenti.

Tale attività vede il coinvolgimento dei consorzi turistici operanti sul territorio previsti all'art. 5 dalla L.R. 16/01/2002, N. 002 - Disciplina organica del turismo quali "Soggetti operanti nel settore turistico" con compiti di gestione, promozione e commercializzazione del prodotto turistico.

IL portale è elemento unificante e di coordinamento di tutte le realizzazioni telematiche dell'area ed è collegato sia a siti e portali a livello superiore - es. quelli a livello provinciale, regionale, nazionale, tematico ecc. sia è strumento di convogliamento verso siti e portali di livello inferiore, territoriali ed aziendali. Attraverso la cooperazione la portata dell'iniziativa riguarda tutta l'area delle Alpi e Prealpi Giulie, e pertanto non solo a livello del versante italiano, ma anche di quello sloveno.

## 5.1. Misura 410: Strategia di sviluppo locale.

### 5.1.1. Misura 411: Competitività.

Nella regione Friuli V.G. la più alta concentrazione di vendite dirette in azienda si verifica lungo il confine orientale. Pur non essendoci dati precisi, Confagricoltura valuta che almeno la metà delle aziende della provincia di Udine con vendita diretta si collochino in questa area. All'interno di tali aziende si offrono una molteplicità di prodotti fra i quali il vino, dotato di altissima immagine ed efficacia promozionale dell'intero territorio.

Trattasi molto spesso di aziende piccole e piccolissime che non sono in grado di avviare una commercializzazione stabile e strutturata sul mercato regionale e nazionale. Le aziende in genere scontano prezzi di produzione alti nel mentre la concorrenza - anche internazionale - sta evidenziando produzioni di qualità sempre più vicina a quella locale e nazionale, tanto da rendere sempre più difficile vendere prodotti a prezzi remunerativi.

Secondo alcuni fra i più attenti produttori dell'area il futuro è la vendita in azienda o, meglio, quella organizzazione delle aziende e del territorio che rendono possibili forme nuove di turismo (enoturismo, turismo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia), le visite in azienda e comunque tutto ciò che, anche solo come ricaduta secondaria, incrementi la vendita diretta.

Oltre al vino il territorio è caratterizzato da produzioni locali di pregio nel settore dell'olio, delle carni suine lavorate, delle carni bovine, dei derivati del latte, anche caprino, dei prodotti ortofrutticoli, delle mele e delle castagne, della floricoltura, ecc.

Si intende pertanto puntare all'incremento delle aziende che attuano la commercializzazione diretta (filiera corta) con particolare riguardo alle aree D) nonché creare iniziative che la incrementino attraverso la realizzazione di un evento enogastronomico impattante.

La misura intende valorizzare questi aspetti in funzione dell'incremento del valore aggiunto in azienda e dell'incremento della commercializzazione dei prodotti locali.

#### QUADRO D'INSIEME DELLA MISURA 411

Misura 411- Competitività	TOTALE	SPESA PUBBLICA			SPESA PRIVATA (BENEFICIARIO)
		TOTALE	COFINANZIAMENTO FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE	
<b>Azione 1- Valorizzazione dei prodotti agricoli</b>	<b>483.768,56</b>	<b>341.124,15</b>	<b>150.094,63</b>	<b>191.029,52</b>	<b>142.644,41</b>
Intervento 1- Investimenti aziendali volti alla commercializzazione diretta	316.987,58	174.343,17	76.710,99	97.632,18	142.644,41
Intervento 2- Realizzazione di eventi enogastronomici	166.780,98	166.780,98	73.383,63	93.397,35	-

### 5.1.1.1 Azione 1 – Valorizzazione dei prodotti agricoli locali

5.1.1.1.1 Intervento 1 “Investimenti aziendali volti alla commercializzazione diretta” (Intervento a bando)

5.1.1.1.2 Intervento 2 “Realizzazione di eventi enogastronomici” (Progetto del GAL)

### 5.1.2. Misura 412: Gestione dell’ambiente/del territorio.

La cura e la difesa dell’ambiente e delle risorse paesaggistiche non porta a creare un prodotto turistico a sé stante ma costituisce spesso una delle condizioni necessarie al suo sviluppo. Un ambiente preservato e aspetti paesaggistici di pregio sono poi elementi importanti per i residenti e favoriscono il senso di appartenenza della popolazione.

L’azione è tesa a valorizzare il ricco patrimonio ambientale presente nell’area-programma, ed avrà finalità dimostrativa.

Finalità:

1. Valorizzazione del paesaggio rurale e delle aree forestali attraverso il sostegno a progetti diretti alla protezione, recupero, potenziamento di risorse e luoghi atti a richiamare interesse e fruizione turistici.
2. Riqualificazione di aree in degrado o abbandonate al fine di aumentare l’attrattività turistica del territorio e consentirne la fruizione anche da parte della collettività.

#### QUADRO D’INSIEME DELLA MISURA 412

Misura 412- Gestione dell’ambiente/ territorio	TOTALE	SPESA PUBBLICA			SPESA PRIVATA (BENEFICIARIO)
		TOTALE	COFINANZIAMENTO FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE	
<b>Azione 1- Cura e valorizzazione del paesaggio rurale</b>	<b>105.263,16</b>	<b>100.000,00</b>	<b>44.000,00</b>	<b>56.000,00</b>	<b>5.263,16</b>
Intervento 1- Iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio del territorio rurale	105.263,16	100.000,00	44.000,00	56.000,00	5.263,16

### 5.1.2.1 Azione 1: Cura e valorizzazione del paesaggio rurale

5.1.2.1.1 Intervento 1 -“Iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio rurale” (Intervento a bando)

### 5.1.3. Misura 413: Qualità della vita/ diversificazione.

All’interno del tema unificante “un turismo rurale sostenibile”, tema che deve informare l’intera attività prevista dal PSL, le azioni e gli interventi previsti nella presente misura assumono una rilevanza centrale in quanto destinati ad “attrezzare” il territorio con le indispensabili strutture necessarie allo sfruttamento delle notevoli

valenze turistiche che è in grado di offrire. Un ambiente particolarmente ricco di risorse sotto il profilo paesaggistico, naturalistico, con colture di pregio e grandi tradizioni enogastronomiche e dell'agroalimentare, con interessanti giacimenti storico-culturali non riesce a creare attorno un'economia diffusa se manca l'ospitalità, se mancano i servizi capaci di trasformare le risorse in prodotti turistici e se manca la conoscenza di tali prodotti e di tali opportunità.

La misura si pone pertanto l'obiettivo di rendere turisticamente fruibili le risorse esistenti a partire dalla realizzazione dei posti letto. Iniziative in tal senso non sono nuove nel territorio in cui ne sono già stati realizzati c/a 400 (in B&B, affittacamere e case vacanza – ora definite dalla LR 2/2002 *Unità abitative ammobiliate a uso turistico*) realizzati nelle passate programmazioni<sup>5</sup>.

A tale proposito spiace non poter contribuire all'aumento dei pp.ll. delle citate *Unità abitative ammobiliate a uso turistico*, pur previste dalla legislazione regionale in materia, in quanto particolarmente richieste, soprattutto da gruppi familiari e nei periodi di bassa stagione, in cui sono più frequenti condizioni meteorologiche non buone.

Come proseguimento dell'ottica di creare servizi attorno all'ospite, ma con riferimento anche ai residenti, e con particolare riguardo alle aree più disagiate dove peraltro sono in corso realizzazioni di "Albergo diffuso", si intende attuare a titolo sperimentale un'azione volta alla creazione di servizi essenziali e di centri multiservizi (servizi *di prossimità*) quali negozi di generi alimentari, bar, internet point, noleggi ecc.

Nella passata programmazione sono state realizzate importanti iniziative nel settore dei servizi destinati a rendere le risorse visibili, accessibili e fruibili, nella prospettiva della trasformazione delle risorse in prodotto, con gli interventi previsti dall'Azione II.2 – "La valorizzazione delle risorse ambientali ed il loro inserimento nel prodotto turistico" che trovano un importante parallelismo con le iniziative di realizzazione di servizi ricreativi e culturali della presente programmazione. Per tali servizi si intende proseguire la metodologia già collaudata con l'azione sopraccitata che vede un incontro ed una integrazione fra EE.PP e privati (progetti integrati) nel comune obiettivo dell'ampliamento dei servizi offerti all'ospite/residente in ossequio al principio della promozione del partenariato pubblico/privato previsto in termini generali dagli Orientamenti strategici comunitari richiamati dall'Asse IV del PSR.

Le azioni di "marketing territoriale" infine hanno il compito di integrare su base territoriale tutte le realizzazioni del PSL - attuale e precedente – tenendo conto della rete del B&B e del Portale Alpi Prealpi Giulie che costituiscono strumenti fondamentali, ormai virtualmente completati, ma suscettibili di continuo aggiornamento - anche redazionale. L'integrazione territoriale delle risorse, organizzate in prodotto, la loro accessibilità, visibilità e fruibilità è assicurata in primis da una efficiente e moderna pianificazione della comunicazione che ormai vede al secondo posto delle transazioni telematiche in Europa quelle in materia turistica, fenomeno sempre più importante nella piramide del sistema delle prenotazioni come si evince dalla seguente tabella:

---

<sup>5</sup> Con il PAL LEADER II, Natisone GAL ha realizzato c/a 130 pp.ll. nell'area di sua competenza (Valli del Natisone). Con il PSL Alpi Prealpi Giulie, nell'area del GAL Torre Natisone sono stati realizzati altri 270 pp.ll.

VIAGGI PER TIPOLOGIA E PER ORGANIZZAZIONE DEL VIAGGIO					
ORGANIZZAZIONE DEL VIAGGIO	VACANZA 1-3 NOTTI	VACANZA 4 O PIÙ NOTTI	VACANZA	LAVORO	TOTALE VIAGGI
<b>2006</b>					
Prenotazione diretta	31,6	39,9	36,0	46,0	37,3
<i>Di cui tramite internet</i>	13,2	15,5	14,4	21,2	15,3
Prenotazione presso agenzia	5,9	18,9	12,9	14,4	13,1
Nessuna prenotazione	60,8	40,0	48,7	29,7	47,1
Non sa/non risponde	1,7	1,2	1,4	9,9	2,5
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>2007</b>					
Prenotazione diretta	34,9	42,9	39,0	52,8	40,8
<i>Di cui tramite internet</i>	14,7	20,9	17,9	24,9	18,8
Prenotazione presso agenzia	5,1	19,6	12,4	13,1	12,5
Nessuna prenotazione	58,8	36,5	47,5	28,8	45,1
Non sa/non risponde	1,2	1,0	1,1	5,3	1,6
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte ISTAT, indagine trimestrale "Viaggi e Vacanze" - Dati 2007 provvisori.

#### QUADRO D'INSIEME DELLA MISURA 4.1.3

Misura 413- Qualità della vita/ diversificazione	TOTALE	SPESA PUBBLICA			SPESA PRIVATA (BENEFICIARIO)
		TOTALE	COFINANZIAMENTO FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE	
<b>Misura 413</b>	<b>2.002.619,05</b>	<b>1.285.000,00</b>	<b>565.400,00</b>	<b>719.600,00</b>	<b>717.619,05</b>
<b>Azione 1- Ricettività turistica</b>	<b>1.233.333,33</b>	<b>700.000,00</b>	<b>308.000,00</b>	<b>392.000,00</b>	<b>533.333,33</b>
Intervento 1- B.&B. e affittacamere non prof	416.666,67	250.000,00	110.000,00	140.000,00	166.666,67
Intervento 2- affittacamere professionali	416.666,67	250.000,00	110.000,00	140.000,00	166.666,67
Intervento 3- realizzazione posti letto agrituristici	400.000,00	200.000,00	88.000,00	112.000,00	200.000,00
<b>Azione 2- Servizi di prossimità</b>	<b>114.285,71</b>	<b>80.000,00</b>	<b>35.200,00</b>	<b>44.800,00</b>	<b>34.285,71</b>
Intervento 1-progetti integrati pubblico/privati e progetti singoli per la realizzazione di centri multiservizio	114.285,71	80.000,00	35.200,00	44.800,00	34.285,71
<b>Azione 3- Servizi e attività ricreative e culturali</b>	<b>500.000,00</b>	<b>350.000,00</b>	<b>154.000,00</b>	<b>196.000,00</b>	<b>150.000,00</b>
Intervento 1- progetti integrati per la realizzazione di servizi ricreativi e culturali	500.000,00	350.000,00	154.000,00	196.000,00	150.000,00
<b>Azione 4- Iniziative finalizzate al marketing territoriale</b>	<b>155.000,00</b>	<b>155.000,00</b>	<b>68.200,00</b>	<b>86.800,00</b>	<b>-</b>
intervento 1-azioni di marketing per la promozione del prodotto territorio	155.000,00	155.000,00	68.200,00	86.800,00	-

### **5.1.3.1 Azione 1: Ricettività turistica**

5.1.3.1.1 Intervento 1 - “Realizzazione di nuovi posti letto in B&B e affittacamere non professionali” (Intervento a bando)

5.1.3.1.2 Intervento 2 - “Realizzazione di nuovi posti letto in affittacamere professionali” (Intervento a bando)

5.1.3.1.3 Intervento 3 – “Realizzazione di nuovi posti letto in aziende agrituristiche” (Intervento a bando)

### **5.1.3.2 Azione 2: Servizi di prossimità**

5.1.3.2.1 Intervento 1 -Servizi di prossimità (Intervento a bando)

### **5.1.3.3 Azione 3: Servizi e attività ricreative e culturali**

5.1.3.3.1 Intervento 1 “Progetti integrati pubblico/privato per la realizzazione di servizi ricreativi e culturali” (Intervento a bando)

### **5.1.3.4 Azione 4: Iniziative finalizzate al marketing territoriale**

5.1.3.4.1 Intervento 1- “Realizzazione di un piano di marketing” (Progetto diretto del GAL)

## SCHEMA DESCRITTIVA Investimenti aziendali volti alla realizzazione della filiera corta (CAPITOLO 5, misura 411)

Misura 411	COMPETITIVITÀ
Azione 1	VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI LOCALI
Intervento 1	Investimenti aziendali volti alla realizzazione della filiera corta
Modalità attuativa	Progetto a bando
Descrizione dell'intervento	<p><b>Finalità posta dal PSR:</b> L'aiuto è finalizzato ad investimenti materiali e immateriali che migliorino il rendimento globale delle imprese beneficiarie e consentano il rispetto dei requisiti minimi. Aumento del valore aggiunto delle produzioni di base aziendali attraverso lo sviluppo della filiera corta e la vendita diretta al consumatore.</p> <p><b>Finalità specifica dell'intervento:</b> Favorire la vendita diretta in azienda attraverso investimenti destinati alla realizzazione di locali idonei, ma anche alla manipolazione, trasformazione e confezione del prodotto. La filiera corta consiste nell'ottenimento di produzioni animali e vegetali nelle aziende agricole e la loro destinazione alla vendita diretta al consumatore finale per almeno il 51% di un determinato prodotto aziendale, purché il medesimo prodotto sia stato sottoposto ad almeno una lavorazione successiva alla produzione di base. Verranno finanziati esclusivamente progetti relativi ad aziende che con il progetto finanziato attiveranno per la prima volta la vendita diretta in azienda.</p> <p><b>Interventi finanziati:</b> Interventi materiali o immateriali finalizzati alla realizzazione di filiere corte, attività di manipolazione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti di cui all'allegato I del Trattato. Gli investimenti saranno volti a :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- realizzare o adeguare gli immobili per lo svolgimento delle attività di manipolazione, trasformazione e commercializzazione delle produzioni;</li> <li>- acquisire attrezzature per la manipolazione, trasformazione e il confezionamento delle produzioni;</li> <li>- acquisire licenze e certificazioni di qualità;</li> <li>- acquisire servizi di consulenza specialistica sulle tecniche di trattamento e commercializzazione delle produzioni;</li> <li>- produrre e diffondere materiale promozionale.</li> </ul>
Beneficiari	Imprese agricole iscritte al registro delle imprese e le cooperative agricole
Criteri di selezione	<p>Verranno assegnati punteggi per i progetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-presentati da aziende agricole ubicate in territori fascia D;</li> <li>-presentati da giovani e/o donne ;</li> <li>- che prevedano incremento occupazionale;</li> <li>-che prevedono lo sviluppo del metodo biologico e lo sviluppo dell'allevamento non intensivo;</li> <li>-i cui interventi contribuiscano alla creazione di un sistema turistico locale e alla qualità della vita della popolazione residente.</li> </ul> <p>In caso di parità di punteggio verrà attribuita priorità alle domande presentate da giovani.</p>
Tipo di aiuto	Aiuto in conto capitale destinato al cofinanziamento degli investimenti aziendali. L'importo del contributo è commisurato ai costi effettivamente

	sostenuti dal beneficiario. Gli importi massimi e minimi degli aiuti sono riferiti al netto dell'IVA e delle spese tecniche.			
Intensità contributiva	Giovani agricoltori 60% sulla spesa ammissibile Aziende Agricole 50% sulla spesa ammissibile			
Spesa	SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE
	FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE		
	76.710,99	97.632,18	142.644,41	316.987,58
	La spesa minima ammissibile per investimento è fissata in € 20.000,00			
Condizioni particolari	Sono esclusi interventi di ordinaria manutenzione degli immobili			
Misura degli assi 1, 2 e 3 del PSR	Misura 121-Ammodernamento delle aziende agricole			
Misura del Reg. CE n. 1698/2005	Art. 26 del Reg. (CE) n. 1698/2005.			
Normativa comunitaria, statale e regionale di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reg. CE n.1698/2005 sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE n. 1974/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 sul sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE 1975/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 attuazione di procedure di controllo;</li> <li>- Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Friuli Venezia Giulia;</li> <li>- Regolamento generale di attuazione del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 n. 054 del 12/02/2008;</li> <li>- Legge regionale 7/2000, e successive modificazioni e integrazioni (Testo unico delle norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso).</li> </ul>			
Grado di realizzabilità	<p><b>Condizioni di partenza</b> Forti difficoltà nelle aree montane per quanto riguarda i modelli classici di investimento e forte rarefazione delle attività agricole sia tradizionali che innovative.</p> <p><b>Situazioni o elementi che possono favorire od ostacolare la realizzazione dei progetti previsti</b> Presenza di giovani imprenditori numericamente ridotta ma con alto valore dimostrativo delle attività eventualmente finanziate; Debolezza strutturale e finanziaria delle aziende sia nuove che tradizionali.</p> <p><b>Difficoltà operative, tecniche, normativa, logistiche</b> Ampiezza del territorio interessato all'intervento con necessità di mirare su pochi operatori le attività di animazione. Livello di investimento minimo alto soprattutto per le nuove aziende.</p>			
Cronoprogramma procedurale	Pubblicazione bando: Giugno 2009 approvazione progetti: entro 60 giorni chiusura progetti: Giugno 2010			
Indicatori di prodotto	<p><b>Indicatori PSR:</b> Numero di progetti finanziati: 5 Numero dei beneficiari: 5</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b> Volume totale degli investimenti: € 316.987,58</p>			
Indicatori di risultato	<p><b>Indicatori PSR:</b> Numero totale dei posti di lavoro creati: 2</p> <p><b>Indicatori specifici PSL</b> Numero di aziende che hanno introdotto nuovi prodotti o processi: 5</p>			

## SCHEMA DESCRITTIVA Realizzazione di eventi enogastronomici (CAPITOLO 5, misura 411)

Misura 411	COMPETITIVITÀ
Azione 1	VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI LOCALI
Intervento 2	Realizzazione di eventi enogastronomici
Modalità attuativa	Progetto attuato dal GAL
Descrizione dell'intervento	<p><b>Finalità posta dal PSR:</b> Realizzazione da parte di soggetti pubblici e privati di eventi enogastronomici o di fiere/manifestazioni specializzate nelle produzioni locali aventi valenza turistica e la partecipazione ai medesimi.</p> <p><b>Finalità specifica dell'intervento:</b> Realizzazione di eventi enogastronomici con lo scopo di dare visibilità e immagine ai prodotti dell'area e per favorirne la commercializzazione.</p> <p>L'area dei Colli Orientali in cui rientra l'area di competenza del GAL, come sopra ricordato, presenta la massima concentrazione a livello regionale di punti vendita diretta da parte di aziende agricole dei settori più svariati, dal vino agli ortaggi, alla carne agli insaccati, al miele, alle mele ed alle castagne ecc.</p> <p>Parallelamente a questo il territorio è ricco di piccoli esercizi di ristorazione (frasche, trattorie ed osterie) e di ristoranti anche prestigiosi. Tutte queste attività costituiscono un reticolo che arricchisce il territorio facendolo diventare sempre di più luogo di visita e di veri e propri soggiorni turistici. Al fine di consolidare tali tendenze, nella precedente programmazione (PSL Alpi Prealpi Giulie), si è provveduto alla creazione di posti letto in B&amp;B, Case Vacanza ed Affittacamere aggiungendo ai - purtroppo pochi - posti letto esistenti c/a 270 nuovi a cui si debbono aggiungere i 130 realizzati con il PAL LEADER II da Natisone GAL.</p> <p>Questi posti letto consentono pertanto di allestire un "prodotto territorio" in cui alla vendita diretta - anche di prodotti delle PMI ed artigianali - si aggiunge l'accoglienza, la ristorazione tipica e di qualità, l'ambiente, i sedimenti culturali di epoca romana, longobarda e medievale ecc. nonché una serie di servizi realizzati sia con l'azione II.2 (la valorizzazione delle risorse ambientali ed il loro inserimento nel prodotto turistico) che con l'Azione III.1 del PSL Alpi Prealpi Giulie (Finanziamento di progetti integrati pubblico/privato per il potenziamento delle manifestazioni di promozione dei prodotti tipici locali). Tutte le risorse presenti nell'area vengono pertanto integrate al fine di proporre una gamma di offerta ampia sebbene tutta impostata nel segmento di mercato dell'enogastronomia e del turismo enogastronomico/agroalimentare, segmento indicato come prioritario anche nella regione da Turismo FVG.</p> <p>Il "prodotto territorio" che in questo modo viene ad articolarsi è presentato e promosso attraverso il Portale Alpi Prealpi Giulie integrato con la rete dei B&amp;B, entrambe realizzazioni del PSL 2000/2006.</p> <p>Il territorio pertanto è pronto ad un passo ulteriore che deve esser quello di una conquista di visibilità anche attraverso la realizzazione di manifestazioni promozionali impattanti sull'intero territorio del GAL capaci nel contempo di dare immagine all'area così organizzata, di incrementare il flusso turistico locale incentivando così gli operatori locali al loro inserimento nel prodotto e nel "sistema" (marketing interno), infine di accompagnare incentivandola la strutturazione dell'area che si sta orientando a considerare il settore del turismo rurale l'anello centrale cui legare tutte le risorse e le attività locali, sia</p>

	<p>agricole, che commerciali, che produttive.</p> <p>Nel contempo nel territorio di competenza del GAL, spesso utilizzando attrezzature e strutture finanziate con le risorse della programmazione LEADER+, si tengono una serie di manifestazioni a livello locale che, nel periodo autunnale, sono particolarmente legate alle castagne ed alle raccolte agricole autunnali.</p> <p>In tale contesto si intende realizzare un evento enogastronomico che possa diventare un tradizionale appuntamento per il territorio in funzione della promozione e della commercializzazione dei prodotti tipici locali.</p> <p>Un evento enogastronomico realizzato dal GAL deve necessariamente avere alcune caratteristiche dettate dalla aderenza alle esigenze di promozione complessiva e di commercializzazione dei prodotti delle aziende del territorio con un impatto il più possibile ampio.</p> <p>Si ritiene di incentrare l'organizzazione di tale evento sui luoghi nel contempo reali e simbolici delle produzioni locali, veri genius loci dell'area: cantine, aziende agricole, esercizi di ristorazione agriturismo nonché esercizi di ristorazione tradizionale che per l'occasione presenteranno prodotti locali sia con degustazioni che con menù a tema ecc. Ad ognuno di tali luoghi corrisponderà un piatto e un prodotto tipico locale posto anche in vendita sia direttamente sul posto ed indicando il produttore e la sua ubicazione.</p> <p>Obiettivo della manifestazione sarà anche quello di inserire porzioni del territorio montano più ampie possibili all'interno di una strategia complessiva di area che preveda la vendita diretta in azienda quale elemento distintivo e caratteristica precipua, valorizzabile sotto il profilo turistico. Attraverso il presente intervento si intende infatti sperimentare iniziative di collegamento verticale fra aree (nello specifico fra aree di fascia C) ed aree di fascia D)) al fine di ridurre la marginalità delle aree montane rispetto al resto del territorio (ad es. presentando e commercializzando prodotti dell'area D) in area C).</p> <p>Come elemento unificante della manifestazione, da svolgersi in c/a un trentina di luoghi contemporaneamente per uno/due weekend, si prevede di utilizzare gruppi musicali "folk" e "oberkrainer",<sup>6</sup> ovvero gruppi che trovano in tali ambientazioni la loro collocazione originaria e tipica. Il titolo provvisorio della manifestazione è <i>Food &amp; folk &amp; oberkrainer rural festival</i>.</p> <p>La manifestazione, diviene pertanto anche elemento di valorizzazione di tradizioni radicate nel territorio se si rivolge ad un pubblico ampio, anche dei paesi vicini, della Slovenia e dell'Austria in particolare.</p> <p>La comunicazione relativa alla manifestazione si farà carico della promozione dell'intero territorio investito, con particolare riguardo ai punti vendita dei prodotti locali. La manifestazione verrà finanziata solo per la prima edizione che nell'arco di quattro anni ed attraverso vari tematismi presenterà le risorse enogastronomiche del territorio avendo l'accortezza di individuare un formula organizzativa e supporter capaci poi di proseguire l'iniziativa anche successivamente nel tempo, a finanziamenti esauriti.</p> <p><b>Interventi finanziati:</b> Verrà finanziato un evento enogastronomico, coinvolgendo aziende agricole,</p>
--	--

<sup>6</sup> Per musica "oberkrainer" si intende la musica popolare sia strumentale che mista (strumenti e voce) che fa parte della tradizione dell'Italia del Nord, dell'Austria e della Slovenia ma che da qui investe l'Europa centrale e del nord, Scandinavia compresa. Trattasi di musica molto seguita all'estero come empiricamente si evince dai seguenti dati internet desunti dal motore di ricerca "Google": 213.000 siti per "oberkrainer" - 275.000 per "blues" - 333.000 per "jazz".

	cantine, esercizi di ristorazione ecc. con lo scopo di promuovere e di commercializzare i prodotti del territorio. In tali luoghi verranno proposti piatti e prodotti tipici locali che verranno commercializzati sia in loco che, tramite azioni di informazione, nelle aziende produttrici. Come elemento unificante della manifestazione si prevede di utilizzare gruppi musicali "oberkrainer" e folk ovvero gruppi che trovano in tali ambientazioni la loro collocazione originaria e tipica.																
Beneficiari	GAL																
Criteri di selezione	-																
Tipo di aiuto	-																
Intensità contributiva	Il sostegno al progetto del Gal viene concesso nella misura massima del 100% della spesa ammissibile																
Spesa	Indicare l'importo della spesa ammissibile prevista: (euro) <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">SPESA PUBBLICA</th> <th>PRIVATA</th> <th>TOTALE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">FEASR</td> <td style="text-align: center;">COFINANZIAMENTO NAZIONALE</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">73.383,63</td> <td style="text-align: center;">93.397,35</td> <td style="text-align: center;">0,00</td> <td style="text-align: center;">166.780,98</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE	FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE			73.383,63	93.397,35	0,00	166.780,98				
SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE														
FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE																
73.383,63	93.397,35	0,00	166.780,98														
Condizioni particolari	Progetto destinato ad investire l'intero territorio del GAL																
Misura degli assi 1, 2 e 3 del PSR	Nessuno																
Misura del Reg. CE n. 1698/2005	Art. 64 "Attuazione di strategie locali"																
Normativa comunitaria, statale e regionale di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reg. CE n.1698/2005 sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE n. 1974/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 sul sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE 1975/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 attuazione di procedure di controllo;</li> <li>- Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Friuli Venezia Giulia;</li> <li>- Regolamento generale di attuazione del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 n. 054 del 12/02/2008;</li> <li>- Legge regionale 7/2000, e successive modificazioni e integrazioni (Testo unico delle norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso).</li> </ul>																
Grado di realizzabilità	<p><b>Condizioni di partenza</b> Preesistenza nell'area di esperienze nell'organizzazione di manifestazioni "diffuse" (es. cantine aperte).</p> <p><b>Situazioni o elementi che possono favorire od ostacolare la realizzazione dei progetti previsti</b> Interesse da parte degli operatori alla realizzazione di manifestazioni enogastronomiche fortemente pubblicizzate atte ad attrarre visitatori sul territorio; difficoltà di individuare criteri di selezione atti a ridurre il numero delle attività economiche partecipanti entro limiti di gestibilità (max 30 aziende).</p> <p><b>Difficoltà operative, tecniche, normativa, logistiche</b> Vista la vastità del territorio da investire è necessario individuare forme di comunicazione che raggiungano numero di contatti elevato (es. depliant ad elevato numero di copie) e nel contempo ampiezza di informazione sulle risorse del territorio sotto i vari profili dell'accoglienza, agroalimentare, artigianale, storico, artistico, culturale, ambientale ecc. (con costi tendenzialmente elevati).</p>																

Cronoprogramma procedurale	Inizio progetto: settembre 2009 Fine progetto: giugno 2012
Indicatori di prodotto	<b>Indicatori PSR:</b> Numero dei beneficiari: 1 <b>Indicatori specifici PSL:</b> Eventi enogastronomici realizzati: 1
Indicatori di risultato	<b>Indicatori PSR:</b> Numero totale dei posti di lavoro creati: 0 <b>Indicatori specifici PSL:</b> Numero di aziende che hanno introdotto nuovi prodotti o processi: 1

## SCHEDA DESCRITTIVA Iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio rurale (CAPITOLO 5, misura 412)

Misura 412	GESTIONE DELL'AMBIENTE/DEL TERRITORIO																		
Azione 1	CURA E VALORIZZAZIONE DEL PAESAGGIO RURALE																		
Intervento 1	Iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio rurale																		
Modalità attuativa	Progetto a bando																		
Descrizione dell'intervento	<p><b>Finalità posta dal PSR:</b> Valorizzazione del paesaggio rurale e delle aree forestali attraverso interventi di cura e miglioramento con finalità dimostrativa</p> <p><b>Finalità specifica dell'intervento:</b> Valorizzazione di aree di pregio ambientale al fine di sviluppare un turismo sostenibile e di incrementare l'attrattività dell'area. I progetti finanziati avranno finalità dimostrativa.</p> <p><b>Interventi finanziati:</b> Miglioramento di spazi boschivi anche ripariali, valorizzazione di specie botaniche presenti, cura e miglioramento del paesaggio rurale e creazione di percorsi turistici. Saranno previsti inoltre la realizzazione di vie d'accesso e di sosta in aree di pregio naturalistico e paesaggistico e la realizzazione di percorsi o itinerari in aree verdi anche ai fini della pratica sportiva e ricreativa.</p> <p>Gli interventi potranno pertanto riguardare il miglioramento di spazi boschivi attraverso la catalogazione e la valorizzazione delle specie botaniche presenti e la creazione di percorsi turistici; il miglioramento delle aree ripariali, attraverso la sistemazione in funzione della fruibilità, accessibilità delle sponde dei fiumi o torrenti e la valorizzazione delle cascate; la realizzazione di vie di accesso e di sosta in aree di pregio naturalistico; la realizzazione di percorsi o itinerari in aree verdi anche ai fini della pratica sportiva e ricreativa.</p> <p>Si intende inoltre finanziare interventi diretti al recupero, alla manutenzione ed al miglioramento degli aspetti paesaggistici di aree di particolare valenza con particolare riguardo agli aspetti del paesaggio agrario.</p>																		
Beneficiari	Proprietari dei fondi: aziende agricole e proprietari privati, anche associati. Per le spese relative a operazioni comuni, altre ai proprietari, le associazioni locali.																		
Criteri di selezione	<p>Verranno assegnati punteggi per i progetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- che verranno realizzati in territori fascia D</li> <li>- che verranno realizzati in Aree Natura 2000</li> <li>- in base al numero partecipanti associati</li> <li>- in base all'ampiezza dell'area investita dal progetto.</li> </ul>																		
Tipo di aiuto	Aiuto in conto capitale.																		
Intensità contributiva	95% sulla spesa ammissibile																		
Spesa	Indicare l'importo della spesa ammissibile prevista: (euro)																		
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="2">SPESA PUBBLICA</th> <th>PRIVATA</th> <th>TOTALE</th> </tr> <tr> <th>FEASR</th> <th>COFINANZIAMENTO NAZIONALE</th> <td></td> <td></td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>44.000,00</td> <td>56.000,00</td> <td>5.263,16</td> <td>105.263,16</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE	FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE			44.000,00	56.000,00	5.263,16	105.263,16				
SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE																
FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE																		
44.000,00	56.000,00	5.263,16	105.263,16																
	L'aiuto massimo concedibile e pari a € 50.000,00, mentre l'aiuto minimo concedibile è pari a € 2.000,00																		

Condizioni particolari	<p>Le spese generali e di progettazione sono contribuibili fino al massimo del 12%, compresi IVA e oneri previdenziali, dell'importo degli interventi ammessi.</p> <p>I contributi in natura sono ammessi secondo i criteri indicati nell'art. 38 del regolamento. È ammessa l'erogazione di anticipazioni secondo i criteri stabiliti dall'art. 41, comma 2 del regolamento.</p> <p>La liquidazione per stati di avanzamento è ammessa per spese documentate superiori a 10.000,00 euro.</p> <p>Per i proprietari non titolari di partita IVA per i quali l'IVA rappresenta un costo effettivo, l'imposta è liquidata come spesa ammissibile e senza superare il massimale previsto.</p>
Misura degli assi 1, 2 e 3 del PSR	Misura 227 - Sostegno agli investimenti non produttivi
Misura del Reg. CE n. 1698/2005	Art. 36 "Miglioramento dell'ambiente e dello spazio rurale"
Normativa comunitaria, statale e regionale di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reg. CE n.1698/2005 sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE n. 1974/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 sul sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE 1975/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 attuazione di procedure di controllo;</li> <li>- Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Friuli Venezia Giulia;</li> <li>- Regolamento generale di attuazione del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 n. 054 del 12/02/2008;</li> <li>- Legge regionale 7/2000, e successive modificazioni e integrazioni (Testo unico delle norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso).</li> </ul>
Grado di realizzabilità	<p><b>Condizioni di partenza.</b></p> <p>Forti necessita di recupero ambientale e paesaggistico con particolare riguardo all'area D.</p> <p><b>Situazioni o elementi che possono favorire od ostacolare la realizzazione dei progetti.</b></p> <p>Presenza di aziende agricole interessate ad interventi di sviluppo turistico;</p> <p>Ostacoli dovuti all'eccessiva frammentazione della proprietà fondiaria con frequenti interruzioni degli assi ereditari e residenza dei proprietari fuori area ed anche all'estero;</p> <p><b>Difficoltà operative, tecniche, normative, logistiche.</b></p> <p>La frammentazione della proprietà rende particolarmente difficile e complesse le attività di animazione.</p>
Cronoprogramma procedurale	<p>Pubblicazione bando: febbraio 2010</p> <p>approvazione progetti: entro 60 giorni</p> <p>chiusura progetti: aprile 2011</p>
Indicatori di prodotto	<p><b>Indicatori PSR:</b></p> <p>Numero di progetti finanziati: 4</p> <p>Numero di beneficiari: 10</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b></p> <p>Progetti di valorizzazione di aree di pregio: 2</p> <p>Volume totale degli investimenti: € 105.263,16</p>
Indicatori di risultato	<p><b>Indicatori PSR:</b></p> <p>Numero totale dei posti di lavoro creati: 0</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b></p> <p>Superficie interessata: ha 50</p>

## SCHEMA DESCRITTIVA Realizzazione di nuovi posti letto in B&B e affittacamere non professionali (CAPITOLO 5, misura 413)

Misura 413	Qualità della vita / diversificazione												
Azione 1	Ricettività turistica												
Intervento 1	Realizzazione di nuovi posti letto in B&B e affittacamere non professionali												
Modalità attuativa	Progetto a bando												
Descrizione dell'intervento	<p><b>Finalità posta dal PSR:</b> La finalità posta dal PSR è quella di valorizzare il patrimonio edilizio esistente di proprietà o nella disponibilità delle famiglie attraverso un'attività di ricettività turistica che produca l'integrazione dei redditi familiari e la creazione di nuove opportunità di lavoro.</p> <p><b>Finalità specifica dell'intervento:</b> Rendere turisticamente fruibili le risorse esistenti, attraverso l'aumento dei posti letto esistenti. Incrementare il reddito familiare e favorire il lavoro femminile.</p> <p><b>Interventi finanziati:</b> Saranno finanziati i lavori di manutenzione straordinaria degli immobili, l'acquisto di arredi e dotazioni richieste dalla normativa di settore, per la realizzazione di nuovi posti letto finalizzati allo svolgimento dell'attività ricettiva di tipo non professionale (B&amp;B e affittacamere). Per questa azione, dunque, non verranno concessi contributi per posti letto già esistenti.</p> <p>Le spese ammissibili riguarderanno sia gli interventi murari, di impianti e - per quota parte calcolata in millesimi - l'adeguamento generale dell'edificio (coperture accessi ecc.), sia le spese tecniche (massimo 12%) calcolate su tali voci, sia, infine, le spese per arredamento ed attrezzature, anche informatiche.</p> <p>In nessun caso verranno finanziati lavori sugli immobili per importi superiori al 65% del valore complessivo dell'intervento.</p>												
Beneficiari	Proprietari o possessori di immobili												
Criteri di selezione	<p>Verranno assegnati punteggi per i progetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- che prevedono la presenza di servizi separati per ogni camera;</li> <li>- realizzati in area D;</li> <li>- realizzati da giovani e/o donne.</li> </ul> <p>In caso di parità di punteggio verrà data priorità al progetto avente un minor costo medio per posto letto</p>												
Tipo di aiuto	Aiuto in conto capitale, secondo la regola "De Minimis" (Reg. CE 1998/2006 della Commissione del 15 dicembre 2006)												
Intensità contributiva	60 % sulla spesa ammissibile												
Spesa	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="2">SPESA PUBBLICA</th> <th>PRIVATA</th> <th>TOTALE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>FEASR</td> <td>COFINANZIAMENTO NAZIONALE</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>110.000,00</td> <td>140.000,00</td> <td>166.666,67</td> <td>416.666,67</td> </tr> </tbody> </table> <p>L'aiuto massimo concedibile e pari a € 7.500,00 per posto letto, mentre l'aiuto minimo concedibile per posto letto è pari a € 1.500,00</p>	SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE	FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE			110.000,00	140.000,00	166.666,67	416.666,67
SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE										
FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE												
110.000,00	140.000,00	166.666,67	416.666,67										
Condizioni particolari	Le spese di progettazione sono contribuibili fino al massimo del 12%, compresi IVA e oneri previdenziali, dell'importo degli interventi ammessi.												

	I lavori di ristrutturazione degli immobili non verranno finanziati oltre il massimo del 65% dell'intero investimento. Non verranno concessi contributi per posti letto già esistenti.
Misura degli assi 1, 2 e 3 del PSR	Nessuna
Misura del Reg. CE n. 1698/2005	art. 52 lett. a) punto iii) e art. 55 lett. c) del Reg. (CE) n. 1698/2005
Normativa comunitaria, statale e regionale di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reg. CE n.1698/2005 sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE n. 1974/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 sul sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE 1975/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 attuazione di procedure di controllo;</li> <li>- Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Friuli Venezia Giulia;</li> <li>- Regolamento generale di attuazione del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 n. 054 del 12/02/2008;</li> <li>- Reg. CE 1998/2006 "De Minimis";</li> <li>- Legge regionale 2/2002, e successive modifiche e integrazioni.</li> <li>- Legge regionale 7/2000, e successive modificazioni e integrazioni (Testo unico delle norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso).</li> </ul>
Grado di realizzabilità	<p><b>Condizioni di partenza</b></p> <p>Nelle passate programmazioni, tale intervento è stato già attuato, con notevoli risultati, ma con minor intensità nei territori fascia D di cui all'allegato 1 al Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013.</p> <p><b>Situazioni o elementi che possono favorire od ostacolare la realizzazione dei progetti.</b></p> <p>La presenza di attività funzionanti in loco anche con buon successo di affluenza potrà avere un effetto dimostrativo nei confronti di potenziali ulteriori beneficiari;</p> <p>La realizzazione di oltre 400 posti letto in loco potrà rendere difficile una ulteriore espansione.</p> <p><b>Difficoltà operative, tecniche, normative, logistiche.</b></p> <p>La necessità dell'adeguamento per l'abbattimento per le barriere architettoniche risulta spesso eccessivamente oneroso in relazione alla modestia del numero dei posti letto totali consentiti.</p>
Cronoprogramma procedurale	<p>Pubblicazione bando: Giugno 2009</p> <p>approvazione progetti: entro 60 giorni</p> <p>chiusura progetti: Giugno 2011</p>
Indicatori di prodotto	<p><b>Indicatori PSR:</b></p> <p>Numero di progetti finanziati: 10</p> <p>Numero posti letto creati: 50</p> <p>Numero dei beneficiari: 10</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b></p> <p>Numero posti letto creati in fascia D: 10</p>
Indicatori di risultato	<p><b>Indicatori PSR:</b></p> <p>Numero nuovi pernottamenti all'anno: 5.000</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b></p> <p>Numero nuove attività ricettive: 10</p>

## SCHEMA DESCRITTIVA Realizzazione di nuovi posti letto in affittacamere professionali (CAPITOLO 5, misura 413)

Misura 413	Qualità della vita / diversificazione
Azione 1	Ricettività turistica
Intervento 2	Realizzazione di nuovi posti letto in affittacamere professionali
Modalità attuativa	Progetto a bando
Descrizione dell'intervento	<p><b>Finalità posta dal PSR:</b> La finalità posta dal PSR è quella di valorizzare il patrimonio edilizio esistente di proprietà o nella disponibilità delle famiglie attraverso un'attività di ricettività turistica che produca l'integrazione dei redditi familiari e la creazione di nuove opportunità di lavoro.</p> <p><b>Finalità specifica dell'intervento:</b> La finalità dell'intervento è aumentare il numero dei posti letto di tipo professionale (affittacamere) in base a quanto previsto dall' art. 78 comma 2 della LR n°2 del 16 gennaio 2002 che cita " <i>L'attività di affittacamere può essere esercitata in modo complementare all'attività di somministrazione di alimenti e bevande qualora sia svolta da uno stesso titolare in uno stesso immobile.</i>" e dall' Art. 87 comma 1 che cita " <i>I titolari o gestori ... degli esercizi di affittacamere ove l'attività venga svolta in forma complementare all'esercizio di somministrazione di alimenti e bevande, siano essi persone fisiche o giuridiche, sono tenuti ad iscriversi al registro delle imprese di cui alla legge 29 dicembre 1993, n. 580, e successive modificazioni e integrazioni</i>".</p> <p>Il disposto di tali due articoli istituisce pertanto un doppio regime nell'attività di affittacamere, non professionale di norma e professionale nel caso di cui all'art 87 di cui sopra.</p> <p>Il finanziamento di progetti che intendano realizzare posti letto da utilizzare in maniera complementare alla attività di somministrazione di alimenti e bevande si ritiene sia particolarmente interessante per una serie di motivi.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) La gestione professionale di posti letto alberghieri di norma costituisce l'elemento professionale nella gestione turistica in quanto gli altri posti letto, le manifestazioni promozionali, una parte dei servizi turistici e le iniziative più disparate sono regolarmente gestiti da associazioni non profit (in primis le associazioni Pro Loco), da amministrazioni pubbliche, da volontariato, da famiglie in funzione dell'integrazione di un reddito spesso proveniente da altri settori ecc. Pertanto risulta spesso difficile individuare un interesse economico e professionale che determini attività e strategie trainanti basate prevalentemente sulle necessità di funzionamento del settore e con bassa propensione ad atteggiamenti localistici, velleitari e poco incisivi.</li> <li>2) La struttura locale dell'attività e della gestione turistica dovrebbe pertanto avvalersi di punto di emersione professionale e di ampia capacità di visione e di comparazione con altre realtà per collegare il "prodotto turistico del territorio" alle attività di promozione e di commercializzazione di dimensione regionale ed oltre.</li> </ol>

	<p>3) I costi necessari alla realizzazione di nuove attività ricettive alberghiere (oltre €. 35.000,00 a posto letto) non sono comparabili agli utili che tali gestioni possono garantire in loco e - soprattutto - non in tempi certi e possibilmente brevi, a pena di creare perdite legate ad avvisi di gestione prevedibilmente lenti ed incerti.</p> <p>4) L'unica soluzione possibile sembra quella di un incremento di piccole attività disponibili ad un graduale aumento dei posti letto ed in particolare all'avvio di affittacamere professionali (comparabili a micro attività alberghiere) nella prospettiva di un loro graduale affermarsi e - se del caso - svilupparsi verso attività ricettive di dimensioni superiori.</p> <p><b>Interventi finanziati:</b></p> <p>Sarà previsto il finanziamento di progetti che intendano realizzare nuovi posti letto da utilizzare in maniera complementare all'attività di somministrazione di alimenti e bevande. Saranno finanziati i lavori di manutenzione straordinaria degli immobili (compresi gli impianti) o la diversa destinazione d'uso di edifici o di parti di essi per la creazione di <u>nuovi</u> posti letto, sia l'adeguamento generale dell'edificio (coperture, accessi, ecc. a complemento dell'offerta di alloggio), le spese tecniche calcolate su tali voci, le spese per arredamento ed attrezzature, anche informatiche, ed infine le spese destinate a superare/eliminare le barriere architettoniche. In nessun caso verranno finanziati lavori sugli immobili per importi superiori al 65% del valore complessivo dell'intervento.</p>												
Beneficiari	Proprietari o possessori di immobili												
Criteri di selezione	<p>Verranno assegnati punteggi per i progetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- che prevedono la presenza di servizi separati per ogni camera;</li> <li>- che prevedano la creazione di nuovi posti di lavoro;</li> <li>- realizzati in area D;</li> <li>- realizzati da giovani e/o donne.</li> </ul> <p>In caso di parità di punteggio verrà data priorità al progetto avente un minor costo medio per posto letto</p>												
Tipo di aiuto	Aiuto in conto capitale, secondo la regola "De Minimis" (Reg. CE 1998/2006 della Commissione del 15 dicembre 2006)												
Intensità contributiva	60 % sulla spesa ammissibile												
Spesa	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">SPESA PUBBLICA</th> <th>PRIVATA</th> <th>TOTALE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>FEASR</td> <td>COFINANZIAMENTO NAZIONALE</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>110.000,00</td> <td>140.000,00</td> <td>166.666,67</td> <td>416.666,67</td> </tr> </tbody> </table> <p>L'aiuto massimo concedibile e pari a € 8.500,00 per posto letto, mentre l'aiuto minimo concedibile per posto letto è pari a € 1.500,00</p>	SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE	FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE			110.000,00	140.000,00	166.666,67	416.666,67
SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE										
FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE												
110.000,00	140.000,00	166.666,67	416.666,67										
Condizioni particolari	<p>Le spese di progettazione sono contribuibili fino al massimo del 12%, degli interventi ammessi.</p> <p>I lavori di ristrutturazione degli immobili non verranno finanziati oltre il massimo del 65% dell'intero investimento.</p> <p>Non verranno concessi contributi per posti letto già esistenti.</p>												
Misura degli assi 1, 2 e 3 del PSR	Nessuna												

Misura del Reg. CE n. 1698/2005	art. 52 lett. a) punto iii) e art. 55 lett. c) del Reg. (CE) n. 1698/2005
Normativa comunitaria, statale e regionale di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reg. CE n.1698/2005 sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE n. 1974/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 sul sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE 1975/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 attuazione di procedure di controllo;</li> <li>- Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Friuli Venezia Giulia;</li> <li>- Regolamento generale di attuazione del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 n. 054 del 12/02/2008;</li> <li>- Reg. CE 1998/2006 "De Minimis";</li> <li>- Legge regionale 2/2002, e successive modifiche e integrazioni.</li> <li>- Legge regionale 7/2000, e successive modificazioni e integrazioni (Testo unico delle norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso).</li> </ul>
Grado di realizzabilità	<p><b>Condizioni di partenza</b> Forte carenza di posti letto a gestione professionale in tutta l'area.</p> <p><b>Situazioni o elementi che possono favorire od ostacolare la realizzazione dei progetti</b> Disponibilità da parte degli esercenti accertata attraverso attività di animazione svolta sul territorio e possibilità di svolgere attività di animazione fortemente mirata in quanto gli esercenti sono facilmente individuabili; situazione congiunturale sfavorevole agli investimenti nelle aree montane fascia D.</p> <p><b>Difficoltà operative, tecniche, normative, logistiche.</b> Rigidità degli strumenti urbanistici con particolare riguardo ai centri storici.</p>
Cronoprogramma procedurale	<p>Pubblicazione bando: Giugno 2009          approvazione progetti: entro 60 giorni          chiusura progetti: Giugno 2011</p>
Indicatori di prodotto	<p><b>Indicatori PSR:</b>          Numero di progetti finanziati: 8          Numero dei beneficiari: 8          Numero di posti letto creati: 80</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b>          numero posti letto creati in area D: 20</p>
Indicatori di risultato	<p><b>Indicatori PSR:</b>          Numero nuovi pernottamenti all'anno: 8000          Numero posti lavoro creati: 4</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b>          Incremento dell'attività di ristorazione e/o pubblico esercizio riferita all'ultimo anno di programmazione: +1,5%</p>

## SCHEDA DESCRITTIVA Realizzazione di nuovi posti letto in agriturismi (CAPITOLO 5, misura 413)

Misura 413	Qualità della vita / diversificazione			
Azione 1	Ricettività turistica			
Intervento 3	Realizzazione di nuovi posti letto in agriturismi			
Modalità attuativa	Progetto a bando			
Descrizione dell'intervento	<p><b>Finalità posta dal PSR:</b> La finalità posta dal PSR è quella di valorizzare il patrimonio edilizio esistente di proprietà o nella disponibilità delle aziende agricole attraverso un'attività di ricettività turistica che produca l'integrazione dei redditi e la creazione di nuove opportunità di lavoro.</p> <p><b>Finalità specifica dell'intervento:</b> Attraverso le iniziative previste dal PAL della Comunità Montana Torre Natisone Collio, dalle iniziative in corso relative alla presentazione di un PIT e di un PIF, dalla avanzata fase di progettazione di alcune iniziative da presentarsi sui bandi Interreg IV Italia/Slovenia, le aziende agricole dell'area sono destinate ad incrementare il ruolo già importante che si sono conquistate nel territorio, sia in riferimento alla produzione agroalimentari di qualità sia come elemento importante di attrazione turistica.</p> <p>La finalità del presente intervento è la creazione o l'aumento del numero dei posti letto di tipo agriturismo.</p> <p><b>Interventi finanziati:</b> Sarà previsto il finanziamento di progetti che intendano realizzare nuovi posti letto da parte di aziende agricole (agriturismi). L'intervento prevede l'adeguamento generale dell'edificio, coperture accessi a completamento dell'offerta alloggio, l'acquisto di arredi e dotazioni richieste dalla normativa di settore finalizzati allo svolgimento dell'attività ricettiva, l'acquisto di attrezzature necessarie per l'attività di impresa.</p>			
Beneficiari	Aziende agricole			
Criteri di selezione	<p>Verranno assegnati punteggi per i progetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzati in zona D;</li> <li>- Presentati da giovani e/o donne;</li> <li>- Presentati da aziende che praticano l'agricoltura biologica;</li> <li>- Presentati da aziende che non hanno beneficiato di contributi pubblici per l'attività agrituristica nei 10 anni precedenti alla data di presentazione della domanda;</li> <li>- In base al numero dei nuovi posti letto creati;</li> <li>- In base alla presenza di servizi separati per ogni camera;</li> </ul> <p>In caso di parità di punteggio verrà data priorità ai progetti aventi minor costo medio per posto letto</p>			
Tipo di aiuto	Aiuto in conto capitale, secondo la regola "De Minimis" (Reg. CE 1998/2006 della Commissione del 15 dicembre 2006)			
Intensità contributiva	<p>-giovani con aziende nelle zone D: 60%</p> <p>-altri imprenditori con aziende nella aree D: 50%</p> <p>-giovani in area C:50%</p> <p>-altri imprenditori in area C:40%</p>			
Spesa	SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE
	FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE		
	88.000,00	112.000,00	200.000,00	400.000,00
La spesa massima ammissibile per investimento è fissata in € 60.000,00, mentre la spesa minima ammissibile per investimento in € 30.000,00				

Condizioni particolari	<p>Le spese di progettazione sono contribuibili fino al massimo del 12%, degli interventi ammessi.</p> <p>Per quanto riguarda l'acquisto di arredi fissi e attrezzature finalizzati agli alloggi è previsto un massimo di spesa pari a € 4.000,00 a posto letto. Non verranno concessi contributi per posti letto già esistenti.</p> <p>Obbligo di iscrizione all'elenco degli operatori agrituristici dell'ufficio del Registro delle Imprese della C.C.I.A.A. e ottenimento dell'autorizzazione comunale all'esercizio dell'attività agrituristica prima della liquidazione finale del contributo.</p> <p>Il numero dei posti letto totale dell'azienda, a conclusione degli investimenti non deve essere superiore a 30.</p>
Misura degli assi 1, 2 e 3 del PSR	Misura 311- Diversificazione verso attività non agricole Azione 1- Ospitalità agrituristica
Misura del Reg. CE n. 1698/2005	Art. 53 "Diversificazione in attività non agricole"
Normativa comunitaria, statale e regionale di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reg. CE n.1698/2005 sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE n. 1974/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 sul sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE 1975/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 attuazione di procedure di controllo;</li> <li>- Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Friuli Venezia Giulia;</li> <li>- Regolamento generale di attuazione del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 n. 054 del 12/02/2008;</li> <li>- Reg. CE 1998/2006 "De Minimis";</li> <li>- Legge regionale 7/2000, e successive modificazioni e integrazioni (Testo unico delle norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso).</li> <li>- Legge Regionale n. 25/1996 "Disciplina dell'Agriturismo"</li> </ul>
Grado di realizzabilità	<p><b>Condizioni di partenza</b></p> <p>Forte attrattività del territorio per quanto riguarda forme di turismo legate all'agroalimentare ed al mondo rurale.</p> <p><b>Situazioni o elementi che possono favorire od ostacolare la realizzazione dei progetti</b></p> <p>Presenza di produzioni agroalimentari di pregio; Forti difficoltà per quanto riguarda la creazione di nuovi posti letto in area D a causa della rarefazione e delle dimensioni ridotte delle aziende agricole esistenti.</p> <p><b>Difficoltà operative, tecniche, normative, logistiche.</b></p> <p>Non si ipotizzano difficoltà</p>
Cronoprogramma procedurale	<p>Pubblicazione bando: gennaio 2010 - approvazione progetti: entro 60 giorni - chiusura progetti: Giugno 2011</p>
Indicatori di prodotto	<p><b>Indicatori PSR:</b></p> <p>Numero di progetti finanziati: 8 Numero dei beneficiari: 8 Numero posti letto creati: 80</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b></p> <p>Volume totale degli investimenti: € 400.000,00</p>
Indicatori di risultato	<p><b>Indicatori PSR:</b></p> <p>Numero nuovi pernottamenti all'anno: 6.400 Numero di posti di lavoro creati: 2</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b></p> <p>Aumento del valore aggiunto lordo di origine non agricola nelle aziende beneficiarie: + 20%</p>

**SCHEMA DESCRITTIVA Progetti integrati pubblico/privati e progetti singoli per la realizzazione di servizi di prima necessità (CAPITOLO 5, misura 413)**

Misura 413	Qualità della vita / diversificazione
Azione 2	Servizi di prossimità
Intervento 1	Progetti integrati pubblico/privati e progetti singoli per la realizzazione di servizi di prima necessità
Modalità attuativa	Progetto a bando
Descrizione dell'intervento	<p><b>Finalità posta dal PSR:</b> Realizzare nelle aree più marginali del territorio montano servizi necessari alla qualità della vita dei residenti e dei turisti.</p> <p><b>Finalità specifica dell'intervento:</b> Nell'ambito "servizi di prossimità" l'Asse IV del PSR individua alcune tipologie di servizi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. esercizi pubblici e di ristorazione;</li> <li>2. commercio di generi essenziali;</li> <li>3. gestione di impiantistica e struttura collettive;</li> <li>4. servizi alla persona.</li> </ol> <p>Nell'area di competenza del GAL esiste una netta separazione fra le aree submontane e collinari e le aree propriamente montane. Come ampiamente descritto nella parte introduttiva del PSL in tali ultime aree mancano i servizi – molto spesso – nella loro totalità. Particolarmente sentita è la mancanza di punti vendita relativamente ai generi alimentari ed ai generi di prima necessità. La rete che un tempo assicurava capillarmente tali approvvigionamenti è stata cancellata dallo spopolamento e dall'elevamento dello standard di remuneratività delle attività commerciali, favorendo la chiusura degli esercizi e/o la loro delocalizzazione.</p> <p>Tali servizi appaiono pertanto la assoluta priorità sia per i residenti che per i turisti presenti sul territorio che, anzi, ne possono incrementare l'utilizzo.</p> <p>A tali servizi si ritiene possano esserne aggiunti ulteriori, all'interno delle previsioni del PSL, al fine di migliorare le possibilità di una gestione anche minimamente remunerativa, realizzando dei mini-centri-servizi purchè al loro interno mantengano, appunto, la vendita di generi di prima necessità.</p> <p>La realizzazione di "centri servizi" nelle località sprovviste di tutte tali tipologie, appare pertanto importante, in primis per la popolazione, ma assolutamente fondamentali per la residenza turistica di cui spesso costituiscono l'interfaccia con il territorio, assumendo funzioni di informazione diretta, di orientamento alle risorse ecc.</p> <p>Attesa la oggettiva difficoltà all'apertura di tali punti nelle località più disagiate, e ad evitare di favorire – attraverso i finanziamenti previsti nella misura – iniziative azzardate pur anche in buona fede, si intende anche qui utilizzare il collaudato sistema del rapporto pubblico/privato dei "progetti integrati" al fine da dare agli EE.LL. una funzione propositiva e di controllo.</p> <p>L'Ente Pubblico infine, è deputato dall'ordinamento a garantire i servizi pubblici essenziali e può essere considerato in funzione di garanzia di una gestione nel tempo dei servizi realizzati, cosa che non può assicurare e</p>

	<p>che non compete al GAL.</p> <p>Si finanzieranno <u>preferibilmente</u> progetti in cui l'ente pubblico sia proprietario – o possessore a titolo di altro diritto reale – dell'immobile eventualmente da adeguare, ed in cui il privato si impegni a realizzare al suo interno una o più delle attività previste ai punti 1, 2, 3 e 4 con esclusione dei progetti che non prevedano la tipologia 2.</p> <p>L'Ente Pubblico dovrà individuare il partner privato nel rispetto delle norme di trasparenza.</p> <p><b>Interventi finanziati:</b></p> <p>In caso di progetti integrati, per quanto riguarda l'Ente Pubblico si finanzieranno interventi di adeguamento e di funzionalizzazione di immobili da destinarsi ai centri servizi nonché di dotazione dei medesimi degli impianti più importanti (refrigerazione, strutture di cucina ecc) mentre ai privati si finanzieranno attrezzature, anche informatiche, necessarie alla gestione quali arredi, registratori di cassa, advertising, l'acquisizione di servizi di consulenza specialistica relative alle modalità tecniche di svolgimento dell'attività di servizio ecc.</p> <p>In caso di progetti singoli tutti gli interventi sopra citati potranno essere realizzati dal soggetto privato.</p> <p>Gli interventi saranno riconducibili all'avvio di esercizi pubblici e di ristorazione, di attività di commercio di generi essenziali, di gestione di impiantistica e strutture collettive, servizi alla persona. I progetti dovranno prevedere la realizzazione di un'attività di commercio di generi alimentari.</p>												
Beneficiari	Micro e piccole imprese, cooperative ed Enti pubblici												
Criteri di selezione	<p>Verranno assegnati punteggi per i progetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- presentati in forma integrata da Enti Pubblici e micro/piccole imprese, cooperative;</li> <li>- progetti che verranno realizzati in territori fascia D ;</li> <li>- progetti presentati da giovani e/o donne;</li> <li>- che prevedono l'incremento dell'occupazione.</li> </ul> <p>In caso di parità di punteggio avranno priorità i progetti che prevederanno la multifunzionalità dell'intervento, in caso di ulteriore parità avrà la precedenza il progetto che comporterà un minor costo.</p>												
Tipo di aiuto	Aiuto in conto capitale, secondo la regola "De Minimis" (Reg. CE 1998/2006 della Commissione del 15 dicembre 2006) per le attività di impresa.												
Intensità contributiva	<p>-Ente pubblico: 80%</p> <p>- Micro e piccole imprese, cooperative: 60%</p>												
Spesa	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">SPESA PUBBLICA</th> <th>PRIVATA</th> <th>TOTALE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">FEASR</td> <td style="text-align: center;">COFINANZIAMENTO NAZIONALE</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">35.200,00</td> <td style="text-align: center;">44.800,00</td> <td style="text-align: center;">34.285,71</td> <td style="text-align: center;">114.285,71</td> </tr> </tbody> </table> <p>L'aiuto massimo concedibile è pari a € 50.000,00, mentre l'aiuto minimo concedibile è pari a € 20.000,00</p>	SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE	FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE			35.200,00	44.800,00	34.285,71	114.285,71
SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE										
FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE												
35.200,00	44.800,00	34.285,71	114.285,71										
Condizioni particolari	<p>Possono presentare domanda anche i residenti che debbano ancora avviare l'attività; Le spese di progettazione sono contribuibili fino al massimo del 12%, degli interventi ammessi. I lavori di ristrutturazione degli immobili non verranno finanziati oltre il massimo del 65% dell'intero investimento.</p> <p>Nella redazione dei bandi si terrà conto delle seguenti indicazioni:</p>												

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- assenza del servizio nella località di insediamento;</li> <li>- marginalità della località di insediamento rispetto ai centri abitati dotati dei medesimi servizi;</li> <li>- movimento turistico;</li> <li>- possibilità di favorire e sviluppare la pluriattività dei membri della famiglia agricola;</li> <li>- possibilità di favorire la costituzione o il consolidamento di imprese cooperative con finalità sociale (occupazione di soggetti deboli: portatori di handicap psico-fisici, persone in trattamento riabilitativo, ecc.).</li> </ul>
Misura degli assi 1, 2 e 3 del PSR	Nessuna
Misura del Reg. CE n. 1698/2005	art. 52, lett. A) punto I) e art. 56 del Reg. (CE) n. 1698/2005
Normativa comunitaria, statale e regionale di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reg. CE n.1698/2005 sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE n. 1974/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 sul sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE 1975/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 attuazione di procedure di controllo;</li> <li>- Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Friuli Venezia Giulia;</li> <li>- Regolamento generale di attuazione del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 n. 054 del 12/02/2008;</li> <li>- Reg. CE 1998/2006 "De Minimis";</li> <li>- Legge regionale 7/2000, e successive modificazioni e integrazioni (Testo unico delle norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso).</li> <li>- Legge regionale 29/2005, Normativa organica in materia di attività commerciali e di somministrazione di alimenti e bevande.</li> </ul>
Grado di realizzabilità	<p><b>Condizioni di partenza.</b>          Presenza di numerosissimi centri (fraz. borgate ecc) sprovviste totalmente di qualsiasi servizio in loco.</p> <p><b>Situazioni o elementi che possono favorire od ostacolare la realizzazione dei progetti.</b>          Incremento dei posti letto nelle località montane (B.&amp;B., albergo diffuso ecc.) con conseguente incremento della potenziale utenza;          difficoltà nell'ottenere la massa critica di utenza sufficiente a garantire una remuneratività anche minima dell'attività dei servizi di prima necessità previsti nei centri più piccoli.</p> <p><b>Difficoltà operative, tecniche, normative, logistiche.</b>          Notevole complessità delle normative che riguardano il commercio al dettaglio, in particolare dei generi alimentari.</p>
Cronoprogramma procedurale	Pubblicazione bando: Gennaio 2010 approvazione progetti: entro 60 giorni chiusura progetti: dicembre 2011
Indicatori di prodotto	<p><b>Indicatori PSR:</b>          Numero di progetti finanziati: 3          Numero dei beneficiari: 5</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b>          Numero di nuovi centri multi servizi creati:3</p>
Indicatori di risultato	<p><b>Indicatori PSR:</b>          Numero totale dei posti di lavoro creati: 3</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b>          Numero delle persone che usufruiranno dei nuovi centri multi servizi:2.000</p>

**SCHEDA DESCRITTIVA Progetti integrati pubblico/privati per la realizzazione di servizi ricreativi e attività culturali (CAPITOLO 5, misura 413)**

Misura 413	Qualità della vita / diversificazione
Azione 3	Sviluppo di servizi e attività ricreative culturali
Intervento 1	Progetti integrati pubblico/privati per la realizzazione di servizi ricreativi e attività culturali
Modalità attuativa	Progetto a bando
Descrizione dell'intervento	<p><b>Finalità posta dal PSR:</b> Dotare il territorio di servizi e strutture a finalità ricreativa e culturale destinati ad accrescere la qualità della vita per i residenti e per i turisti.</p> <p><b>Finalità specifica dell'intervento:</b> L'esperienza dell'Azione II.2 del PSL Alpi Prealpi Giulie "La valorizzazione delle risorse ambientali ed il loro inserimento nel prodotto turistico" ha consentito la realizzazione di un buon numero di servizi, fruiti sia dai residenti che dai turisti, in ambito di valorizzazione delle risorse ambientali. Il successo dell'iniziativa ed i risultati ottenuti hanno fatto sì che molti degli operatori pubblici e privati sentiti nelle fasi di animazione propedeutica alla stesura del presente piano richiedessero la riproposizione di tale intervento. L'intervento prevede la realizzazione di strutture da parte dell'Ente Pubblico e la loro gestione da parte di un privato e di una associazione, con la finalità di creare servizi per i residenti e per gli ospiti in ambito ricreativo e culturale. All'interno dei bandi verrà sancito l'obbligo di inserire l'attività proposta in iniziative di calendarizzazione e di promozione degli interventi proposti che verrà affidata sia al Portale Alpi Prealpi Giulie, sia a forme di comunicazione diverse, anche cartacee. L'Ente Pubblico dovrà individuare il partner privato nel rispetto delle norme di trasparenza.</p> <p><b>Interventi finanziati:</b> Si intende mettere a bando la realizzazione di strutture (creazione, ampliamento e manutenzione straordinaria nel limite di 100.000,00 euro) da parte dell'Ente Pubblico, e la loro gestione da parte di un privato o di una associazione (acquisto di arredi ed attrezzature nel limite di 50.000,00 euro), con finalità di creazione di servizi per il residente e per l'ospite in ambito ricreativo e culturale. Saranno pertanto finanziabili - a titolo di mero esempio - strutture per la realizzazione di spettacoli cinematografici, teatrali, musicali, culturali, per la realizzazione di iniziative e manifestazioni enogastronomiche e di presentazione dei prodotti tipici locali, mostre ecc.; strutture ed attrezzature per l'avviamento e la pratica di attività plain air quali mountain bike, north walking; attività legate al territorio quali attività speleologica, arrampicata, volo libero ecc.. Per quanto riguarda l'Ente Pubblico si finanzieranno interventi di adeguamento e di funzionalizzazione di immobili da destinarsi a tali attività, nonché l'acquisto di strutture mobili quali teatri tenda, palchi, impianti luci ed amplificazione ecc., ai privati le attrezzature, comprese quelle informatiche, necessarie alla gestione quali arredi, registratori di cassa, advertising, siti internet ecc., la promozione congiunta dell'offerta ricreativa e culturale, nonché degli eventi che vi trovano ospitalità.</p>

	L'intervento prevederà inoltre il noleggio di strutture e attrezzature, l'acquisizione di servizi per l'organizzazione e l'attuazione di eventi promozionali e infine l'acquisizione di servizi di consulenza specialistica relativamente alla progettazione e organizzazione dell'offerta ricreativa e culturale.												
Beneficiari	Enti Locali, associazioni, società cooperative, micro imprese.												
Criteri di selezione	Verranno assegnati punteggi per i progetti: - che verranno realizzati in territori fascia D - progetti integrati la cui parte privata è presentata da giovani e/o donne - in base al numero di partecipanti al progetto - che prevedono l'incremento dell'occupazione in caso di parità di punteggio avranno priorità i progetti che prevedono il più alto numero di iniziative nel periodo di durata del vincolo di destinazione d'uso												
Tipo di aiuto	Aiuto in conto capitale, secondo la regola "De Minimis" (Reg. CE 1998/2006 della Commissione del 15 dicembre 2006) per il partner privato.												
Intensità contributiva	- Ente pubblico: 80% - Associazioni, società cooperative, micro imprese, : 60%												
Spesa	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">SPESA PUBBLICA</th> <th>PRIVATA</th> <th>TOTALE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>FEASR</td> <td>COFINANZIAMENTO NAZIONALE</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>154.000,00</td> <td>196.000,00</td> <td>150.000,00</td> <td>500.000,00</td> </tr> </tbody> </table> <p>L'aiuto massimo concedibile è pari a € 150.000,00, mentre l'aiuto minimo concedibile è pari a € 20.000,00 per l'intero progetto integrato</p>	SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE	FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE			154.000,00	196.000,00	150.000,00	500.000,00
SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE										
FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE												
154.000,00	196.000,00	150.000,00	500.000,00										
Condizioni particolari	Possono presentare domanda anche i residenti dell'area che intendano avviare un'attività di impresa, e che al momento della domanda non abbiano costituito la ditta, con l'obbligo di costituirla prima della concessione formale del contributo ed entro i termini posti dal bando; Le spese di progettazione sono contribuibili fino al massimo del 12%, degli interventi ammessi. L'investimento massimo previsto per la creazione, ampliamento e manutenzione straordinaria delle strutture è pari a € 100.000,00, (beneficiario pubblico) mentre l'investimento massimo previsto per l'acquisto di arredi e attrezzature viene fissato in € 50.000,00 (beneficiario privato).												
Misura degli assi 1, 2 e 3 del PSR	Nessuna												
Misura del Reg. CE n. 1698/2005	art. 64 del Reg. (CE) n. 1698/2005												
Normativa comunitaria, statale e regionale di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reg. CE n.1698/2005 sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE n. 1974/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 sul sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE 1975/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 attuazione di procedure di controllo;</li> <li>- Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Friuli Venezia Giulia;</li> <li>- Regolamento generale di attuazione del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 n. 054 del 12/02/2008;</li> <li>- Reg. CE 1998/2006 "De Minimis";</li> </ul>												

	- Legge regionale 7/2000, e successive modificazioni e integrazioni (Testo unico delle norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso).
Grado di realizzabilità	<b>Condizioni di partenza.</b> Forte carenza di servizi per quanto riguarda i residenti e i turisti. <b>Situazioni o elementi che possono favorire od ostacolare la realizzazione dei progetti.</b> Difficoltà finanziarie da parte degli Enti locali per quanto riguarda la copertura della parte finanziaria dei progetti a carico dei beneficiari. Diffusa consapevolezza fra Amministratori e operatori locali sulla necessità di incrementare e migliorare l'offerta di servizi sul territorio. <b>Difficoltà operative, tecniche, normative, logistiche.</b> Non si ipotizzano difficoltà
Cronoprogramma procedurale	Pubblicazione bando: Giugno 2009 approvazione progetti: entro 60 giorni chiusura progetti: dicembre 2011
Indicatori di prodotto	<b>Indicatori PSR:</b> Numero di progetti finanziati: 3 Numero dei beneficiari: 6 <b>Indicatori specifici PSL:</b> Numero strutture a carattere ricreativo e culturale realizzate: 3
Indicatori di risultato	<b>Indicatori PSR:</b> Numero totale dei posti di lavoro creati: 2 <b>Indicatori specifici PSL:</b> Numero delle persone che usufruiranno: 15.000

## SCHEDA DESCRITTIVA Azioni di marketing per la promozione del prodotto territorio (CAPITOLO 5, misura 413)

Misura 413	Qualità della vita / diversificazione
Azione 4	Iniziative finalizzate al marketing territoriale
Intervento 1	Azioni di marketing per la promozione del prodotto territorio
Modalità attuativa	Progetto attuato dal GAL
Descrizione dell'intervento	<p><b>Finalità posta dal PSR:</b> Obiettivo dell'azione è di sviluppare metodi e strumenti per condurre attività di "marketing" incentrate non su prodotti o servizi specifici, presentati singolarmente o per raggruppamenti aziendali di tipo settoriale, ma su una loro "contestualizzazione" basata su fattori territoriali.</p> <p><b>Finalità specifica dell'intervento:</b> Verrà realizzata direttamente dal GAL una azione di promozione integrata che prevedrà le seguenti attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• censimento e pacchettizzazione delle risorse turistiche;</li> <li>• creazione di un data base dei turisti/visitatori dell'area attraverso l'acquisizione di liberatorie per l'invio di messaggi, con rilevamenti negli uffici informazione, mostre ed attività culturali, pernottamenti in esercizi dell'area, partecipazione ad iniziative, manifestazioni ecc.</li> <li>• realizzazione di news letter/proposte turistiche dirette agli indirizzari di cui al punto 1;</li> <li>• organizzazione di incontri, meeting ed incentive per gli indirizzari di cui sopra;</li> <li>• iniziative di comunicazione delle risorse e dei prodotti turistici del territorio;</li> <li>• partecipazione a manifestazioni e fiere mirate cui proporre il "prodotto territorio integrato".</li> </ul> <p>Per il presente intervento sarà richiesto parere sugli aspetti tecnici e sulle possibilità di collaborazione all' Agenzia Turismo FVG.</p> <p><b>Interventi finanziati:</b> Acquisizione di servizi di consulenza specialistica per la progettazione e l'organizzazione di campagne di marketing territoriale, il noleggio di attrezzature e strutture mobili, l'acquisizione di spazi e servizi fieristici e la produzione e diffusione di materiale promozionale.</p> <p>Le iniziative di cui sopra verranno realizzate con il supporto di personale appositamente assunto e/o con il supporto dei consorzi turistici operanti nell'area, delle Pro Loco organizzatrici di manifestazioni ecc.</p> <p>Ai consorzi turistici potrà essere anche affidata la realizzazione di alcune o di tutte le fasi del piano di marketing. Per l'affidamento degli incarichi di cui sopra, il GAL seguirà le procedure di trasparenza e di rispetto della concorrenza.</p>
Beneficiari	Il GAL
Criteri di selezione	-
Tipo di aiuto	-
Intensità contributiva	Il sostegno al progetto del Gal viene concesso nella misura massima del 100% della spesa ammissibile

Spesa	SPESA PUBBLICA		PRIVATA	TOTALE
	FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE		
	68.200,00	86.800,00	0	155.000,00
Condizioni particolari	Progetto destinato ad investire l'intero territorio del GAL			
Misura degli assi 1, 2 e 3 del PSR	Nessuna			
Misura del Reg. CE n. 1698/2005	art. 64 del Reg. (CE) n. 1698/2005			
Normativa comunitaria, statale e regionale di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reg. CE n.1698/2005 sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE n. 1974/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 sul sostegno allo sviluppo rurale;</li> <li>- Reg. CE 1975/2006 che stabilisce le modalità di applicazione del Reg. CE 1698/2005 attuazione di procedure di controllo;</li> <li>- Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Friuli Venezia Giulia;</li> <li>- Regolamento generale di attuazione del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 n. 054 del 12/02/2008;</li> <li>- Legge regionale 7/2000, e successive modificazioni e integrazioni (Testo unico delle norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso).</li> </ul>			
Grado di realizzabilità	<p><b>Condizioni di partenza:</b> Esperienze positive in merito già realizzate nel territorio</p> <p><b>Situazioni o elementi che possono favorire od ostacolare la realizzazione dei progetti:</b> presenza su territorio di organizzazioni turistiche consolidate; assenza di coordinamento fra le attività promozionali e di marketing poste in essere da soggetti diversi</p> <p><b>Difficoltà operative, tecniche, normative, logistiche:</b> distanza dai centri direzionali dei media a livello nazionale e conseguente difficoltà di rapporto diretto.</p>			
Cronoprogramma procedurale	Inizio progetto: Dicembre 2009 Fine progetto: dicembre 2011			
Indicatori di prodotto	<p><b>Indicatori PSR:</b> Numero di campagne di marketing territoriale:1</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b> Numero di progetti finanziati: 1 partecipazione a manifestazioni e fiere: 4</p>			
Indicatori di risultato	<p><b>Indicatori PSR:</b> Nuovi pernottamenti all'anno: 5.000</p> <p><b>Indicatori specifici PSL:</b> numero di servizi redazionali su media e stampa specializzate:8 incremento dei pernottamenti: 5.000 incremento del numero delle visite sul territorio:20.000</p>			

## 5.2.Misura 421: Cooperazione

Obiettivo dell'intero PSL – come è stato precisato al cap. 4 - è quello di *...favorire e contribuire ad incrementare la tendenza alla formazione di una centralità dei prodotti vitivinicoli ed agroalimentari nel sistema turistico locale con funzione strutturante dell'economia turistica, dell'indotto, dell'assetto del territorio e dell'ambito rurale nel suo complesso, intervenendo direttamente nei settori previsti all'interno dell'Asse IV del PSR, e rifacendosi, per gli altri, all'attività di progettazione che è in corso all'interno del comprensorio in relazione all'Interreg IV A Italia Slovenia, ai Progetti Integrati Territoriali previsti dal PSR e, in particolare, al Piano di Azione Locale adottato dalla Comunità Montana Torre Natisone Collio.*

Gli interventi previsti nella presente misura, sia per quanto riguarda il progetto di cooperazione interterritoriale, sia per i due progetti di cooperazione transnazionale, ruotano attorno alla realizzazione di itinerari destinati alla valorizzazione di luoghi, ambienti, territori legati alla produzione di prodotti locali e tipici.

La realizzazione di un itinerario risponde in termini positivi ad una serie di esigenze:

- risponde alla necessità di trasformare una risorsa (l'ambiente ed i suoi prodotti) in un servizio (un itinerario pacchettizzabile) e pertanto in un prodotto che, attraverso la realizzazione coordinata di tutti e tre i progetti, diverrà visibile (attraverso le forme di promozione previste), accessibile (in quanto commercializzato in particolari significative occasioni) ed in fine usufruibile (in quanto il progetto, ovvero i progetti, prevedranno forme di comunicazione destinate a dare precise indicazioni su percorso, dislivelli, accessi, servizi, aperture di esercizi, numeri telefonici, recapiti, indirizzi internet ecc.);
- la realizzazione di un itinerario, attraverso la sua rappresentazione mediatica, è in grado di promuovere parti ampie del territorio unificando aspetti diversi, diversi ambienti, produzioni differenziate e servizi accessori offrendo un microcosmo attraverso il quale sperimentare un intero territorio, con le sue suggestioni, le sue atmosfere ma, soprattutto, offrendo un modo attuale, efficientemente organizzato, non passivo, di visitarlo;
- tutte queste caratteristiche costituiscono un'offerta non generica, orientata ad una clientela emergente, anche straniera e offre un'immagine avanzata del territorio e dei suoi operatori, stimolando questi ultimi ad adeguare disponibilità, atteggiamenti, filosofie produttive e di commercializzazione.

Pertanto, anche attraverso le iniziative di cooperazione, si intende raggiungere gli obiettivi generali del PSL tenendo conto del fatto che la posizione dell'area GAL distribuita lungo il confine con la Repubblica di Slovenia suggerisce iniziative di cooperazione soprattutto con tale paese e con i paesi dell'est europeo. Forte è infatti la necessità che fra i due territori vi sia uno scambio di esperienze e una concordata individuazione di obiettivi in quanto la comune partecipazione al sistema territoriale delle Prealpi Giulie impone una strategia compatibile.

Il GAL intende avvalersi, per la realizzazione delle iniziative di cooperazione, di INFORMEST – Centro di Servizi e Documentazione per la Cooperazione Economica Internazionale, struttura pubblica senza fini di lucro partecipata dalla Regione Friuli

Venezia Giulia - in funzione di assistenza e consulenza, con le modalità e nelle forme che verranno stabilite in fase attuativa, o di altro Ente in grado di fornire analoghi servizi. La selezione verrà effettuata tramite procedure di evidenza pubblica.

Attraverso la collaborazione con INFORMEST sarà possibile entrare in una ampia forma di partenariato in cui i GAL del Friuli e quelli del Veneto aderiranno alle stesse ipotesi progettuali al fine di dare una caratterizzazione al territorio, in funzione di una massa critica sufficiente ad avviare azioni di marketing più incisive ed una operazione di immagine maggiormente visibile ed accattivante.

La condivisione con i GAL della Regione Veneto delle iniziative di cooperazione dà poi al territorio di competenza del GAL una funzione di cerniera, centrale rispetto all'intera attività prevista.

Relativamente ai progetti di Cooperazione, che prevedono un'attività di promozione turistica e territoriale, verrà attivata collaborazione con Turismo FVG.

### 5.2.1. Progetto "GAL Item" per la Creazione di una rete di itinerari tematici transregionali.

Il progetto "GAL Item" rappresenta la concretizzazione dell'iniziativa intrapresa da alcuni GAL della regione Veneto e della regione Friuli Venezia Giulia, di costituzione di una rete interterritoriale per la gestione coordinata di azioni volte allo sviluppo territoriale integrato.

Tale rete ha una triplice valenza:

- a) intende presentarsi come punto di riferimento agli attori dei territori delle due regioni per lo sviluppo del turismo rurale e della valorizzazione delle produzioni tipiche;
- b) essere interlocutore unico delle istituzioni regionali, nazionali e comunitarie per le iniziative di cooperazione;
- c) essere centro di individuazione ed attrazione di risorse aggiuntive economiche e formative (FESR, FSE...).

Per il raggiungimento di tali obiettivi, un primo nucleo di 6 GAL del Veneto e 4 del Friuli Venezia Giulia assieme ad Informest, Centro per la Cooperazione Internazionale, (partecipata da entrambe le Regioni), hanno iniziato una fase di concertazione e definizione di progetti comuni trasversali nell'ambito della misura relativa alla cooperazione, sia interterritoriale che transnazionale.

L'intervento mira allo sviluppo integrato delle aree della regione Veneto e Friuli Venezia Giulia interessate dai PSL dei GAL e si concretizza nella creazione di una rete di percorsi tematici integrati sia interni ai singoli territori PSL che tra Veneto e FVG. I progetti partono dalla consapevolezza che, per puntare ad uno sviluppo turistico che abbia effetti concreti di tipo economico sul territorio, è oramai necessario presentarsi sul mercato nazionale ed internazionale, con un "prodotto" competitivo che necessariamente deve superare i confini rappresentati dai singoli territori dei GAL e delle due Regioni, per mirare ad un'offerta più ampia e multisettoriale.

Sia il presente progetto che i due successivi progetti transnazionali, si muovono in nell'ottica della valorizzazione turistica dei territori utilizzando il valore aggiunto rappresentato dai siti minori e dalle produzioni di nicchia. Si prevede di ottimizzare l'offerta al turista di un territorio ampio come le possibilità offerte (dai monti della

Carnia alle ville venete, dal mare Adriatico ai vini, dai percorsi della grande guerra all'artigianato tipico), che miri a trattenere il turista sul territorio tramite una proposta di itinerari rappresentata dalla rete di percorsi tematici che, anche fisicamente, gli consentano di esplorare le bellezze di Veneto e Friuli Venezia Giulia, conoscere la cultura e le produzioni locali, praticando attività sportive e ricreative coinvolgendo direttamente le strutture di ricezione presenti.

Il progetto modulare prevede una prima attività (suddivisa per ogni territorio e gestita dai singoli GAL) di mappatura degli itinerari tematici presenti (piste ciclabili, ippovie, itinerari culturali ed ambientali, enogastronomia...) e dei siti (anche di nicchia) che possano essere valorizzati in chiave di sviluppo turistico delle aree interessate.

Lo sviluppo del progetto prevede che ogni unità territoriale corrispondente ad un GAL attuerà una mappatura degli itinerari esistenti (piste ciclabili, itinerari enogastronomici, itinerari culturali, ippovie, percorsi naturalistici...) nelle singole aree dei PSL e dei punti/siti di interesse inseriti/presenti negli itinerari con una contestuale analisi dello stato dell'arte, e del livello di conservazione di tali itinerari. La fase successiva, sotto il coordinamento del tavolo interterritoriale, intende attuare una serie di studi di pre-fattibilità e fattibilità per eventuali azioni di adeguamento anche a carattere strutturale ed infrastrutturale degli itinerari esistenti e dei siti rilevati.

Parallelamente si procederà ad un'analoga mappatura e progettazione di nuovi itinerari con inclusione dei siti e dei percorsi esistenti. Il fine è la progettazione di interventi specifici per ogni area GAL relativi ad infrastrutture esistenti (cartellonistica, interventi di ristrutturazione ed adeguamento...), relativi a nuovi itinerari di collegamento di quelli esistenti, relativi alla creazione di percorsi fisici di collegamento tra le diverse aree dei PSL delle due regioni, nell'ottica di un'offerta integrata da dare al turista (es. pacchetto turistico integrato).

Al termine delle azioni di mappatura e progettazione sarà attuata un'attività comune di messa in opera di interventi di infrastrutturazione leggera (cartellonistica, punti informativi, lavori ristrutturazione/ pavimentazione...)

MISURA 421-COOPERAZIONE	TOTALE	SPESA PUBBLICA			SPESA PRIVATA BENEFICIARIO
		TOTALE	COFINANZIAMENTO FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE	
MISURA 421-COOPERAZIONE	116.454,63	116.454,63	51.240,04	65.214,59	
<b>Cooperazione interterritoriale</b>	36.454,63	36.454,63	16.040,04	20.414,59	-
Progetto ITEM	36.454,63	36.454,63	16.040,04	20.414,59	-

## SCHEMA SINTETICA DEL PROGETTO

<p>Riferimento a misura 410</p>	<p>PSR FVG Misure 411 Competitività; 412 Gestione dell'ambiente e del territorio; 413 Qualità della vita/diversificazione.</p> <p>Obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorizzazione dei prodotti locali delle aree GAL del Veneto ed FVG. Indirizzandoli:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ a) <u>verso il mercato Veneto – Friuli Venezia Giulia</u> attraverso un'attività di marketing integrato (promozione congiunta di prodotti agricoli e prodotti non agricoli del territorio del GAL, di offerta turistica e agrituristica, di offerta ricreativa e culturale, ecc.).</li> <li>○ b) <u>verso il mercato internazionale</u></li> </ul> </li> <li>• Ricettività turistica</li> </ul> <p>Obiettivo specifico la valorizzazione del patrimonio edilizio esistente attraverso un'attività di ricettività turistica che produca l'integrazione dei redditi familiari e la creazione di nuove opportunità di lavoro.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniziative finalizzate al "marketing territoriale".</li> </ul> <p>Obiettivo dell'azione è di <u>sviluppare (progettare e sperimentare) metodi e strumenti per condurre attività di "marketing" incentrate non su prodotti o servizi specifici</u>, presentati singolarmente o per raggruppamenti aziendali di tipo settoriale, <u>ma su una loro "contestualizzazione" basata su fattori territoriali.</u></p>
<p>Azione</p>	<p>Misura 411. Azione: Valorizzazione dei prodotti agricoli locali;          Misura 412. Azione: Cura e Valorizzazione del paesaggio rurale;          Misura 413. Azioni: ricettività turistica, Sviluppo di servizi e attività ricreative e culturali, Sostegno ad iniziative finalizzate al marketing territoriale</p>
<p>Oggetto</p>	<p>Work Package 1. Gestione del progetto e coordinamento del partenariato territoriale.</p> <p>Costituzione di un Comitato di coordinamento per la definizione delle linee strategiche ed il monitoraggio delle attività (composizione: rappresentanti dei GAL Veneto – FVG ed Informest)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costituzione di un Tavolo di lavoro permanente con riunioni mensili e azioni di segreteria coordinamento tecnico (1 unità \GAL + Informest) e costituzione delle Unità Territoriali per ogni area GAL.</li> <li>• Segreteria Coordinamento Tecnico assieme ai singoli GAL per la gestione e l'implementazione di singoli sotto-progetti ed attività</li> </ul> <p>Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL</p> <p>Work Package 2. Studi per la creazione della rete di itinerari tematici</p> <p>2.1 Mappatura e progettazione degli itinerari e valorizzazione dei siti esistenti</p> <p>2.1.1 Mappatura degli itinerari esistenti (piste ciclabili, itinerari enogastronomici, itinerari culturali, ippovie, percorsi naturalistici...) nelle singole aree GAL e dei punti/siti di interesse inseriti/presenti negli itinerari con analisi dello stato dell'arte.</p> <p>2.1.2 Studi di pre-fattibilità e fattibilità per eventuale sistemazione anche a carattere strutturale ed infrastrutturale degli itinerari esistenti e dei siti rilevati.</p> <p>Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL</p> <p>2.1.3 Mappatura e progettazione di nuovi itinerari e individuazione</p>

	<p>dei siti di interesse prioritario.  Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL (10% budget) e consulenze individuate tramite procedure di trasparenza pubblica.</p> <p>2.1.4 Catalogazione e strategia di valorizzazione dei siti segnalati dai singoli PSL, inclusione dei siti in itinerari tematici e collegamento con gli itinerari pre-esistenti (ed inclusione dei nuovi siti) con inclusione per il completamento della rete (anche con interventi a carattere strutturale ed infra-strutturale)  Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL</p> <p>Work Package 3. Messa in opera di interventi di infrastrutturazione leggera (cartellonistica, punti informativi, lavori ristrutturazione/pavimentazione...)</p> <p>3.1 Progettazione degli itinerari tematici di collegamento</p> <p>3.1.1 Elaborazione degli studi di pre-fattibilità e di fattibilità da quanto emerso dalle precedenti fasi di mappatura.</p> <p>3.1.2 Stesura del progetto preliminare, definitivo e cantierabile.</p> <p>3.2 Messa in opera degli interventi strutturali ed infrastrutturali progettati.</p> <p>Modalità di attuazione: Affidamento di consulenze attraverso procedure di trasparenza pubblica.</p> <p>Work Package 4. Piano integrato di gestione e comunicazione degli itinerari turistici</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definizione, da parte dei GAL delle due regioni, aggregati a livello di unico "polo turistico interterritoriale", di un piano integrato di fruizione e valorizzazione degli itinerari turistici integrati dell'intera area.</li> <li>Creazione di una "rete" interterritoriale di operatori della ricettività turistica (aziende agrituristiche, bed&amp;breakfast, albergatori, ristoratori,) che si caratterizzano per aver adottato azioni di sostenibilità ambientale (registrazione EMAS, Ecolabel, certificazione ISO 14000, ecc.) e di valorizzazione delle tipicità del territorio.</li> <li>Visitazione del territorio mediante forme di mobilità "lenta" (quali cicloturismo, pesca-turismo, navigazione fluviale) integrando specifici itinerari tematici di natura culturale/storica e archeologica (ville, musei, chiese, ...) o naturalistica (biotopi, golene, aree protette, siti Natura 2000, ...).</li> </ul> <p>• Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL</p>															
Tipo di cooperazione	"Cooperazione interterritoriale"															
Soggetto attuatore	GAL															
Grado di realizzabilità	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4" data-bbox="555 1541 1401 1574">Realizzabilità</th> </tr> <tr> <th data-bbox="555 1574 767 1637">WP</th> <th data-bbox="767 1574 963 1637">Fattori negativi</th> <th data-bbox="963 1574 1160 1637">Valutazione ex ante</th> <th data-bbox="1160 1574 1401 1637">Superabilità (Fattori positivi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="555 1637 767 1912">Work Package 1. Gestione del progetto e coordinamento del partenariato territoriale</td> <td data-bbox="767 1637 963 1912">Alto numero di partner presenti</td> <td data-bbox="963 1637 1160 1912">Alto numero di esperienze passate nella gestione di progetti di partenariato con numero di partner di diversa natura</td> <td data-bbox="1160 1637 1401 1912">Stretto coordinamento tecnico tramite: a) Costituzione di un Tavolo di lavoro permanente con riunioni mensili e azioni di segreteria</td> </tr> </tbody> </table>				Realizzabilità				WP	Fattori negativi	Valutazione ex ante	Superabilità (Fattori positivi)	Work Package 1. Gestione del progetto e coordinamento del partenariato territoriale	Alto numero di partner presenti	Alto numero di esperienze passate nella gestione di progetti di partenariato con numero di partner di diversa natura	Stretto coordinamento tecnico tramite: a) Costituzione di un Tavolo di lavoro permanente con riunioni mensili e azioni di segreteria
Realizzabilità																
WP	Fattori negativi	Valutazione ex ante	Superabilità (Fattori positivi)													
Work Package 1. Gestione del progetto e coordinamento del partenariato territoriale	Alto numero di partner presenti	Alto numero di esperienze passate nella gestione di progetti di partenariato con numero di partner di diversa natura	Stretto coordinamento tecnico tramite: a) Costituzione di un Tavolo di lavoro permanente con riunioni mensili e azioni di segreteria													

			e provenienza	coordinamento tecnico (1 unità\GAL + Informest) e costituzione delle Unità Territoriali per ogni area GAL. b) Segreteria Coordinamento Tecnico assieme ai singoli GAL per la gestione e l'implementazione di singoli sotto-progetti ed attività
	Work Package 2. Studi per la creazione della rete di itinerari tematici: - Mappatura e progettazione degli itinerari e valorizzazione dei siti esistenti - Mappatura degli itinerari esistenti - Mappatura e progettazione di nuovi itinerari e individuazione dei siti di interesse prioritario	Difficoltà nel reperire informazioni tecniche specifiche dal territorio	Alto numero di siti e itinerari finanziati attraverso misure comunitarie, nazionali e regionali che presentano una tracciabilità immediata dei dati	Coinvolgimento diretto degli enti territoriali all'interno dell'Assemblea dei soci GAL faciliterà il coordinamento per il reperimento dei dati necessari alla mappatura
Spese previste per attività propedeutiche alla conclusione degli accordi di partenariato	Non sono previste spese su questa voce			
Spesa prevista	€ 36.454,63			
Intensità contributiva	100%			

### 5.2.2. Progetto di cooperazione transnazionale 1: “GAL Inter Tour” per la Promozione congiunta dei territori e dei prodotti transnazionali.

Il progetto rappresenta il naturale proseguo in chiave di disseminazione, promozione e commercializzazione del progetto di cooperazione interterritoriale di creazione di una rete di itinerari turistici e mira a coinvolgere gli attori dello sviluppo delle aree rurali con le quali Friuli Venezia Giulia e Veneto hanno stipulato accordi/intese istituzionali, in particolare:

a) Paesi in Pre-Adesione (che hanno la componente Sviluppo Rurale - PSL in quota IPA)

Contea di Koprivnica - Krizevci (Croazia), Contea di Vukovar (Croazia), Contea di Osijek (Croazia), Contea Raguseo - Neretvana (Croazia), Regione Istriana (Croazia)

b) Stati Membri e Nuovi Stati Membri: Regione Vjsocina (Repubblica Ceca), regione di Carinzia (Austria), Regione Autonoma di Bratislava (Slovacchia), Regione della Boemia Centrale (Repubblica Ceca), Land della Corinzia (Repubblica d'Austria), Voivodato di Cuiavia e Pomerania (Repubblica di Polonia), Voivodato di Masovia (Repubblica di Polonia), Province di Bihor, Bistrita-Nasud, Cluj, Maramures, Salaj e Satu Mare (Romania), Regione Centrale Trans-Danubiana (Repubblica d'Ungheria), Repubblica di Slovenia, Contea di Timis (Romania), Voivodato di Lublino (Polonia).

La scelta relativa alle aree dei Nuovi Stati Membri e della Croazia, come paese in pre-adesione risponde ad alcune necessità reali:

- Questi territori rappresentano per l'area Veneto-Friuli Venezia Giulia lo sbocco naturale della propria cooperazione, vista la continuità anche geografica che con altri paesi le due regioni non hanno. Inoltre rappresentano i nuovi territori su cui si focalizza l'azione tecnica, finanziaria e politica dell'Unione Europea, senza dimenticare come, sia i nuovi stati membri che la Croazia, sono in una situazione simile a quella delle regioni italiane per quanto concerne le opportunità offerte dallo Sviluppo Rurale (anche loro sono coinvolti nella metodologia di sviluppo con i passaggi relativi alla stesura dei PSR - Asse 4 "Leader" - ed alla costituzione dei GAL - ed elaborazione dei PSL.
- L'intervento è parte integrante del precedente e lo completa in chiave di realizzazione di strumenti di promozione/commercializzazione e di disseminazione della rete di itinerari tematici precostituita. I GAL partner delle aree interessate nei Nuovi Stati Membri ed in Croazia dovranno replicare, con i tempi e le modalità previste dai loro regolamenti, le attività relative al Progetto Interterritoriale 1 (mappatura e realizzazione di una rete di itinerari tematici) in maniera da completare l'offerta congiuntamente ai partner italiani e procedere ad un'attività di disseminazione e commercializzazione congiunta.
- L'occasione di collaborare con i territori di cui sopra deve essere raccolta dalla rete GAL FVG - Veneto, poiché tale richiesta di cooperazione necessariamente avrà come conseguenza l'apertura di relazioni durature, anche e soprattutto a carattere economico-commerciale, con gli attori italiani.

L'iniziativa, si struttura in diversi Work Package e prevede:

**Work Package 1** “Gestione del progetto e coordinamento del partenariato transnazionale”

Costituzione di un Comitato di coordinamento per la definizione delle linee strategiche ed il monitoraggio delle attività (composizione: rappresentanti dei GAL Veneto – FVG ed Informest – GAL Esteri)

Costituzione di una Segreteria Coordinamento Tecnico assieme ai singoli GAL per la gestione e l’implementazione di singoli sotto-progetti ed attività

**Work Package 2** “Brand di prodotti e territori”

Individuazione del Brand comune tra le aree GAL e pianificazione interventi: individuazione di un “brand” che riassume l’offerta del territorio. Saranno individuati: il marchio, lo slogan e gli strumenti di comunicazione necessari per rendere efficace l’intervento. Nell’individuazione del brand sarà creata la massima sinergia con gli eventuali progetti di marchio d’area avviati dal territorio;

**Work Package 3** “Realizzazione del layout”

Successivamente si procederà alla realizzazione del layout, coerente con le caratteristiche dei target e dei luoghi ove saranno programmati i momenti promozionali:

**Work Package 4** “Formazione operatori”

Nel contempo, si attiveranno momenti formativi rivolti agli “addetti ai lavori” (operatori turistici, hostess, commessi, addetti al banco, ecc) al fine di preparare gli stessi alla comunicazione con il consumatore e il potenziale turista relativamente all’offerta enogastronomica e culturale/naturalistica del territorio.

**Work Package 5** “Programma di Disseminazione”

Obiettivo. La strategia di disseminazione prevista vede coinvolto l’intero partenariato dei GAL FVG-Veneto - Nuovi e Vecchi Stati Membri - Croazia e sarà rivolta a tutti i soggetti dello sviluppo locale dell’area transnazionale oggetto dell’intervento: gli enti pubblici locali che verranno periodicamente informati sugli output di progetto utili al fine di orientare la propria attività di programmazione; il sistema dei GAL e delle PMI locali del territorio PSL ai quali verrà indirizzata un’azione d’informazione concernente le opportunità emerse e la rete di rapporti istituzionali e commerciali consolidata a seguito della realizzazione delle attività previste; le Istituzioni Regionali, attraverso i loro network, con le quali sarà instaurato un canale privilegiato di comunicazione e scambio d’informazione che garantirà la messa in rete dei risultati progettuali garantendone la sostenibilità e la trasferibilità oltre la durata del progetto stesso anche nell’ottica del loro inserimento nella programmazione ordinaria degli enti partecipanti.

**Work Package 6.** Metodologie e strumenti per la gestione e la capitalizzazione dei risultati

Obiettivo: utilizzazione dei risultati, dei modelli e delle metodologie risultanti dalle azioni implementate durante il Work Package

Attività:

- 6.1 Diffusione delle best practice e dei modelli risultanti dalle attività progettuali a livello istituzionale (nazionale/regionale/locale) nell’area transnazionale.
- 6.2 Verifica sulla trasferibilità dei modelli

6.3 Promozione e consolidamento delle esperienze di cooperazione transnazionale in corso in ciascuna delle aree di progetto, attraverso la formalizzazione di protocolli d'intesa e lo sviluppo di azioni congiunte di tutela delle peculiarità locali, delle produzioni e promozione della pianificazione strategica

#### SCHEMA SINTETICO DEL PROGETTO

<p>Riferimento a misura 410</p>	<p>PSR FVG Misure 411 Competitività; 412 Gestione dell'ambiente e del territorio; 413 Qualità della vita/diversificazione.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorizzazione dei prodotti locali delle aree GAL del Veneto ed FVG.</li> </ul> <p>Indirizzandoli: a) <u>verso il mercato Veneto – Friuli Venezia Giulia</u> attraverso un'attività di marketing integrato (promozione congiunta di prodotti agricoli e prodotti non agricoli del territorio del GAL, di offerta turistica e agrituristica, di offerta ricreativa e culturale, ecc.). b) <u>verso il mercato internazionale</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ricettività turistica</li> </ul> <p>Obiettivo specifico la valorizzazione del patrimonio edilizio esistente attraverso un'attività di ricettività turistica che produca l'integrazione dei redditi familiari e la creazione di nuove opportunità di lavoro.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniziative finalizzate al marketing territoriale.</li> </ul> <p>Obiettivo dell'azione è di <u>sviluppare (progettare e sperimentare) metodi e strumenti per condurre attività di "marketing" incentrate non su prodotti o servizi specifici</u>, presentati singolarmente o per raggruppamenti aziendali di tipo settoriale, <u>ma su una loro "contestualizzazione" basata su fattori territoriali.</u></p>
<p>Azione</p>	<p>Misura 411. Azione: Valorizzazione dei prodotti agricoli locali;          Misura 412. Azione: Cura e Valorizzazione del paesaggio rurale;          Misura 413. Azioni: ricettività turistica, Sviluppo di servizi e attività ricreative e culturali, Sostegno ad iniziative finalizzate al marketing territoriale</p>
<p>Oggetto</p>	<p>WP 1 "<u>Gestione del progetto e coordinamento del partenariato transnazionale</u>"</p> <p>1.1 Costituzione di un Comitato di coordinamento per la definizione delle linee strategiche ed il monitoraggio delle attività (composizione: rappresentanti dei GAL Veneto – FVG ed Informest – GAL Esteri)</p> <p>1.2 Costituzione di una Segreteria Coordinamento Tecnico assieme ai singoli GAL per la gestione e l'implementazione di singoli sotto-progetti ed attività</p> <p>Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL (15% budget) e/o affidamento di consulenze attraverso procedure di trasparenza pubblica</p> <p>WP 2. "<u>Brand di prodotti e territori</u>"</p> <p>2.1 Individuazione del Brand comune tra le aree GAL e pianificazione interventi: individuazione di un "brand" che riassume l'offerta del territorio. Saranno individuati: il marchio, lo slogan e gli strumenti di comunicazione necessari per rendere efficace l'intervento. Nell'individuazione del brand sarà creata la massima sinergia con gli eventuali progetti di marchio d'area avviati dal territorio;</p> <p>Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL (15% budget) e/o affidamento di consulenze attraverso procedure di trasparenza pubblica</p> <p>WP 3 "<u>Realizzazione del layout</u>"</p> <p>Realizzazione del layout, coerente con le caratteristiche dei target e dei luoghi ove saranno programmati i momenti promozionali:</p> <p>Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL (15% budget) e/o affidamento di consulenze attraverso procedure di trasparenza pubblica</p> <p>WP 4 "<u>Formazione operatori</u>"</p> <p>Nel contempo, si attiveranno momenti formativi rivolti agli "addetti ai lavori" (hostess, commessi, addetti al banco, ecc) al fine di preparare gli stessi alla</p>

	<p>comunicazione con il consumatore e il potenziale turista relativamente all'offerta enogastronomica e culturale/naturalistica del territorio.          Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL (15% budget) e/o affidamento di consulenze attraverso procedure di trasparenza pubblica</p> <p><u>WP5 "Programma di Disseminazione"</u>          5.1 Strutturazione del piano delle attività di disseminazione e del Mainstreaming Action Plan (MAP)          5.2 Seminari e riunioni          5.3 Azioni e strumenti di disseminazione          5.4 Piano integrato di gestione e comunicazione degli itinerari turistici          Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL (10% budget) - budget</p> <p><u>WP6. "Metodologie e strumenti per la gestione e la capitalizzazione dei risultati di progetto"</u>          6.1 Diffusione delle best practice e dei modelli risultanti dalle attività progettuali a livello istituzionale (nazionale/regionale/locale) nell'area transnazionale.          6.2 Verifica sulla trasferibilità dei modelli          6.3 Promozione e consolidamento delle esperienze di cooperazione transnazionale in corso in ciascuna delle aree di progetto, attraverso la formalizzazione di protocolli d'intesa e lo sviluppo di azioni congiunte di tutela del delle peculiarità locali, delle produzioni e promozione della pianificazione strategica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Esperti Tematici : Sono previste figure di esperti responsabili di supervisionare i progetti per la loro intera durata, che inoltre prenderanno parte alle attività di capitalizzazione portate avanti dai Tavoli.</li> <li>▪ Studi: Una commissione di Monitoraggio potrà decidere di intraprendere studi su argomenti specifici e progetti di ricerca sulle esperienze e le iniziative di pianificazione strategica, atti a rendere più efficace il processo di capitalizzazione dei risultati dei progetti prodotti.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL (10% budget) - budget</li> </ul>															
Tipo di coop/zione	"Cooperazione Transnazionale"															
Soggetto attuatore	GAL															
Grado di realizzabilità	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2" style="width: 25%;"></th> <th colspan="3" style="text-align: center;">Realizzabilità</th> </tr> <tr> <th style="width: 25%;">WP</th> <th style="width: 25%;">Fattori negativi</th> <th style="width: 25%;">Valutazione ex ante</th> <th style="width: 25%;">Superabilità (Fattori positivi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Work Package 1. Gestione del progetto e coordinamento del partenariato territoriale</td> <td>Alto numero di partner presenti italiani ed esteri</td> <td>Alto numero di esperienze passate nella gestione di progetti di partenariato con numero di partner di diversa natura e provenienza</td> <td>Stretto coordinamento tecnico tramite: a) Costituzione di un Tavolo di lavoro permanente con riunioni mensili e azioni di segreteria coordinamento tecnico (1 unità\ GAL +</td> </tr> </tbody> </table>					Realizzabilità			WP	Fattori negativi	Valutazione ex ante	Superabilità (Fattori positivi)	Work Package 1. Gestione del progetto e coordinamento del partenariato territoriale	Alto numero di partner presenti italiani ed esteri	Alto numero di esperienze passate nella gestione di progetti di partenariato con numero di partner di diversa natura e provenienza	Stretto coordinamento tecnico tramite: a) Costituzione di un Tavolo di lavoro permanente con riunioni mensili e azioni di segreteria coordinamento tecnico (1 unità\ GAL +
	Realizzabilità															
	WP	Fattori negativi	Valutazione ex ante	Superabilità (Fattori positivi)												
Work Package 1. Gestione del progetto e coordinamento del partenariato territoriale	Alto numero di partner presenti italiani ed esteri	Alto numero di esperienze passate nella gestione di progetti di partenariato con numero di partner di diversa natura e provenienza	Stretto coordinamento tecnico tramite: a) Costituzione di un Tavolo di lavoro permanente con riunioni mensili e azioni di segreteria coordinamento tecnico (1 unità\ GAL +													

				Informest) e costituzione delle Unità Territoriali per ogni area GAL. b) Segreteria Coordinamento Tecnico assieme ai singoli GAL per la gestione e l'implementazione di singoli sotto-progetti ed attività
	WP 2. "Brand di prodotti e territori"	Difficoltà nell'elaborazione del materiale (il marchio, lo slogan e gli strumenti di comunicazione e necessari) e della strategia che abbiano ricadute economiche concrete.	Coinvolgimento di professionisti del settore e società di marketing che indirizzino le attività verso la loro concretizzazione	Possibilità di creare un brand unico che rappresenti un'ampia area interterritoriale e transnazionale e abbia le caratteristiche per presentare un'offerta multisettoriale ed integrata che sia competitiva sul mercato globale
	WP6. "Metodologie e strumenti per la gestione e la capitalizzazione dei risultati di progetto" 6.1 Diffusione delle best practice e dei modelli risultanti dalle attività progettuali a livello istituzionale (nazionale/regionale/locale) nell'area transnazionale. 6.2 Verifica sulla trasferibilità dei modelli 6.3 Promozione e consolidamento delle esperienze di cooperazione	Necessità di capitalizzare i risultati ottenuti indirizzandoli verso ricadute economiche tangibili per i territori coinvolti	Presenza all'interno dei soci dei GAL partner di professionalità adatte alla capitalizzazione dei risultati	Metodologia vincente strutturata in: ▪ Esperti Tematici : Sono previste figure di esperti responsabili di supervisionare i progetti per la loro intera durata, che inoltre prenderanno parte alle attività di capitalizzazione portate avanti dai

				<p>Tavoli.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Studi: Una commissione di Monitoraggio potrà decidere di intraprendere studi su argomenti specifici e progetti di ricerca sulle esperienze e le iniziative di pianificazione strategica, atti a rendere più efficace il processo di capitalizzazione dei risultati dei progetti prodotti.</li> </ul>
Spese previste per attività propedeutiche alla conclusione degli accordi di partenariato	Non sono previsti costi su tale voce di spesa			
Spesa prevista	€ 40.000,00			
Intensità contributiva	100%			

### 5.2.3. Progetto di cooperazione transnazionale 2: Strategia di commercializzazione integrata di territori e prodotti.

#### Descrizione generale

Il progetto Transnazionale 2 “Strategia di commercializzazione integrata di territori e prodotti”, assieme al progetto Transnazionale 1, è direttamente collegato, in chiave modulare al progetto “GAL Item”. I 3 interventi rappresentano la concretizzazione dell’iniziativa intrapresa dai GAL della regione Veneto e della regione Friuli Venezia Giulia, di costituzione di una rete interterritoriale e transnazionale per la gestione coordinata di azioni volte allo sviluppo integrato.

Seguendo la metodologia del precedente progetto, l’intervento “Strategia di commercializzazione integrata di territori e prodotti “ rappresenta il naturale proseguo in chiave di promozione e commercializzazione mirata sia della rete di itinerari turistici interterritoriali, che del precedente programma di disseminazione, e andrà a coinvolgere gli attori del settore turistico e dello sviluppo rurale sia delle aree GAL Venete e del Friuli Venezia Giulia che delle aree dell’Europa Orientale.

L’iniziativa, si struttura in diversi Work Package e prevede:

**Work Package 1** “Gestione del progetto e coordinamento del partenariato transnazionale”

Costituzione di un Comitato di coordinamento per la definizione delle linee strategiche ed il monitoraggio delle attività (composizione: rappresentanti dei GAL Veneto – FVG ed Informest – GAL Esteri)

Costituzione di una Segreteria Coordinamento Tecnico assieme ai singoli GAL per la gestione e l’implementazione di singoli sotto-progetti ed attività

**Work Package 2** “Pacchetti turistici integrati”

Elaborazione di una serie di pacchetti turistici settoriali ed integrati partendo da: analisi di mercato (coinvolgimento agenzie turistiche private, questionari di gradimento, individuazione dei target groups), piano di commercializzazione (coinvolgimento diretto target groups, partecipazione a fiere promozionali, GIS map per la predisposizione pacchetti turistici a distanza), accompagnato da alcune attività di disseminazione “classica” (brochure, sito web...). I pacchetti turistici saranno strutturati in maniera settoriale per tematica con preciso riferimento ai target di turisti a cui si rivolge l’offerta e saranno a carattere interterritoriale e transnazionale in maniera da ampliare l’offerta caratterizzandola con i caratteri di “qualità”, “destagionalizzazione” e “ruralità”.

**Work Package 3** “Promozione dei prodotti tipici Agroalimentari dell’area Transnazionale e dei pacchetti turistici creati.

Le attività prevedono una presentazione dei prodotti tipici e dei pacchetti turistici tematici delle aree relative ai GAL Veneto e FVG congiuntamente alle aree partner dei GAL Esteri in località ed in periodi ad alto flusso turistico o in occasione di particolari manifestazioni da programarsi. Si mira nello specifico alle grandi fiere Europee dell’ambito (es. Bari, Milano...)

La presentazione al pubblico di prodotti agroalimentari tipici delle zone con l’utilizzo di appositi gazebo arredati con scaffalature, attrezzature frigorifere, banchi per la degustazione e materiali d’uso, verrà debitamente pubblicizzata congiuntamente con

l'offerta dei pacchetti turistici precedentemente predisposti, con l'ausilio di giornali, tv ed emittenti radio.

Risultati attesi:

Promuovere la conoscenza dei prodotti tipici della zona eleggibile ad un vasto pubblico di consumatori incentivando la vendita diretta da parte dei produttori e la conoscenza dei territori di produzione; vendita e commercializzazione dei pacchetti tematici predisposti.

**Work Package 4** "Valorizzazione e promozione delle produzioni agroalimentari tipiche - progetto pilota"

La valorizzazione delle produzioni agroalimentari tipiche, non può prescindere dalla consapevolezza che essa può svolgere un ruolo importante, non solo con riferimento agli aspetti socio-economici e culturali, ma anche dal punto di vista della salubrità e della tutela dell'ambiente.

Per ciascuna delle aree eleggibili si prevede la definizione di particolari menù che utilizzino prodotti locali di stagione, da proporre, a cura degli operatori della ristorazione e presso le aziende agrituristiche, ai visitatori.

Tale modalità si pone l'obiettivo più generale di sensibilizzare i cittadini in senso lato i quali, mediante l'utilizzo ed il consumo consapevole dei prodotti agroalimentari di provenienza locale, possono fattivamente contribuire alla riduzione dell'emissione di inquinanti in atmosfera.

Mediante la realizzazione di una serie di eventi promozionali potranno essere presentati i menu tipici locali delle diverse aree di riferimento, con l'obiettivo di creare tra di esse un importante interscambio culturale.

Il "Menù a km zero" è una filosofia di vita che coinvolge produttori agricoli, ristoranti, mense, scuole e consumatori per contribuire alla tutela dell'ambiente e al risparmio energetico.

"Menù e Turismo a Km Zero" sono un collegamento ideale fra i prodotti tipici (appartenenti al Menù a Km Zero) e il territorio. Costituisce la premessa per lo sviluppo di itinerari turistici tematici a km zero, che possono essere usati come base per l'elaborazione di alcune proposte di visite culturali e paesaggistiche del territorio collegate alle strutture che offrono il Menù a Km Zero.

Acquistare "prodotti a Km Zero", diventa un'opportunità sia per i turisti ma anche per gli abitanti locali che si avvicinano agli acquisti consapevoli, quindi sviluppare un progetto che coinvolga anche il mondo del commercio, con la creazione di spazi all'interno della grande e piccola distribuzione per l'acquisto di prodotti a Km Zero o comunque tipici del territorio, con la possibilità di uno scambio di prodotti dei paesi che aderiscono al progetto transnazionale.

MISURA 421- COOPERAZIONE	TOTALE	SPESA PUBBLICA			SPESA PRIVATA BENEFICIARIO
		TOTALE	COFINANZIAMENTO FEASR	COFINANZIAMENTO NAZIONALE	
Cooperazione transnazionale	80.000,00	80.000,00	35.200,00	44.800,00	-
Progetto Gal InterTour	40.000,00	40.000,00	17.600,00	22.400,00	

Strategia di commercializzazione integrata di territori e prodotti	40.000,00	40.000,00	17.600,00	22.400,00	-
--	-----------	-----------	-----------	-----------	---

## SCHEMA SINTETICO DEL PROGETTO

Riferimento a misura 410	<p>PSR FVG Misure 411 Competitività; 412 Gestione dell'ambiente e del territorio; 413 Qualità della vita/diversificazione.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorizzazione dei prodotti locali delle aree GAL del Veneto ed FVG. Indirizzandoli: a) verso il mercato Veneto – Friuli Venezia Giulia – Europa attraverso un'attività di marketing integrato (promozione congiunta di prodotti agricoli e prodotti non agricoli del territorio del GAL, di offerta turistica e agrituristica, di offerta ricreativa e culturale, ecc.).</li> <li>• Iniziative finalizzate al marketing territoriale.</li> </ul> <p>Obiettivo dell'azione è di sviluppare (progettare e sperimentare) metodi e strumenti per condurre attività di "marketing" incentrate non su prodotti o servizi specifici, presentati singolarmente o per raggruppamenti aziendali di tipo settoriale, ma su una loro "contestualizzazione" basata su fattori territoriali.</p>
Azione	<p>Misura 411. Azione: Valorizzazione dei prodotti agricoli locali; Misura 412. Azione: Cura e Valorizzazione del paesaggio rurale; Misura 413. Azioni: ricettività turistica, Sviluppo di servizi e attività ricreative e culturali, Sostegno ad iniziative finalizzate al marketing territoriale</p>
Oggetto	<p>WP 1 "Gestione del progetto e coordinamento del partenariato transnazionale"</p> <p>1.1 Costituzione di un Comitato di coordinamento per la definizione delle linee strategiche ed il monitoraggio delle attività (composizione: rappresentanti dei GAL Veneto – FVG ed Informest – GAL Esteri)</p> <p>1.2 Costituzione di una Segreteria Coordinamento Tecnico assieme ai singoli GAL per la gestione e l'implementazione di singoli sotto-progetti ed attività</p> <p>Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL (15% budget) e/o affidamento di consulenze attraverso procedure di trasparenza pubblica</p> <p>Work Package 2 "Pacchetti turistici integrati"</p> <p>Elaborazione di una serie di pacchetti turistici settoriali ed integrati.</p> <p>2.1 analisi di mercato (coinvolgimento agenzie turistiche private, questionari di gradimento, individuazione dei target groups), raccolta dati dai territori e coinvolgimento operatori locali ed economici.</p> <p>2.2 piano di commercializzazione (coinvolgimento diretto target groups, partecipazione a fiere promozionali, GIS map per la predisposizione pacchetti turistici a distanza), accompagnato da alcune attività di disseminazione "classica" (brochure, sito web...). I pacchetti turistici saranno strutturati in maniera settoriale per tematica con preciso riferimento ai target di turisti a cui si rivolge l'offerta e saranno a carattere interterritoriale e transnazionale in maniera da ampliare l'offerta caratterizzandola con i caratteri di "qualità", "destagionalizzazione" e "ruralità".</p> <p>Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL (15% budget) e/o affidamento di consulenze attraverso procedure di trasparenza pubblica</p> <p>Work Package 3 "Promozione dei prodotti tipici Agroalimentari dell'area Transnazionale e dei pacchetti turistici creati.</p> <p>Le attività prevedono una presentazione dei prodotti tipici e dei pacchetti turistici tematici delle aree relative ai GAL Veneto e FVG congiuntamente alle aree partner dei GAL Esteri in località ed in periodi ad alto flusso turistico o in occasione di particolari manifestazioni da programarsi. Si mira nello specifico</p>

	<p>alle grandi fiere Europee dell'ambito (es. Bari, Milano...)</p> <p>La presentazione al pubblico di prodotti agroalimentari tipici delle zone con l'utilizzo di appositi gazebo arredati con scaffalature, attrezzature frigorifere, banchi per la degustazione e materiali d'uso, verrà debitamente pubblicizzata congiuntamente con l'offerta dei pacchetti turistici precedentemente predisposti, con l'ausilio di giornali, tv e radio locali in due giorni infrasettimanali consecutivi per le zone balneari (es. martedì e mercoledì) onde evitare l'anormale afflusso di turisti del fine settimana che renderebbe ingestibile la possibilità di contatti e spiegazioni necessarie ad illustrare i vari prodotti.</p> <p>Risultati attesi: Promuovere la conoscenza dei prodotti tipici della zona eleggibile ad un vasto pubblico di consumatori incentivando la vendita diretta da parte dei produttori e la conoscenza dei territori di produzione; vendita e commercializzazione dei pacchetti tematici predisposti.</p> <p>Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL (15% budget) e/o affidamento di consulenze attraverso procedure di trasparenza pubblica</p> <p>Work Package 4 "Valorizzazione e promozione delle produzioni agroalimentari tipiche - progetto pilota"</p> <p>La valorizzazione delle produzioni agroalimentari tipiche, non può prescindere dalla consapevolezza che essa può svolgere un ruolo importante, non solo con riferimento agli aspetti socio-economici e culturali, ma anche dal punto di vista della salubrità e della tutela dell'ambiente.</p> <p>4.1 Per ciascuna delle aree eleggibili si prevede la definizione di particolari menù che utilizzino prodotti locali di stagione, da proporre, a cura degli operatori della ristorazione e presso le aziende agrituristiche, ai visitatori. Tale modalità si pone l'obiettivo più generale di sensibilizzare i cittadini in senso lato i quali, mediante l'utilizzo ed il consumo consapevole dei prodotti agroalimentari di provenienza locale, possono fattivamente contribuire alla riduzione dell'emissione di inquinanti in atmosfera.</p> <p>Mediante la realizzazione di una serie di eventi promozionali potranno essere presentati i menu tipici locali delle diverse aree di riferimento, con l'obiettivo di creare tra di esse un importante interscambio culturale.</p> <p>4.2 Il "Menù a km zero" è una filosofia di vita che coinvolge produttori agricoli, ristoranti, mense, scuole e consumatori per contribuire alla tutela dell'ambiente e al risparmio energetico. "Menù e Turismo a Km Zero" sono un collegamento ideale fra i prodotti tipici (appartenenti al Menù a Km Zero) e il territorio. Costituisce la premessa per lo sviluppo di itinerari turistici tematici a km zero, che possono essere usati come base per l'elaborazione di alcune proposte di visite culturali e paesaggistiche del territorio collegate alle strutture che offrono il Menù a Km Zero. Acquistare "prodotti a Km Zero", diventa un'opportunità sia per i turisti ma anche per gli abitanti locali che si avvicinano agli acquisti consapevoli, quindi sviluppare un progetto che coinvolga anche il mondo del commercio, con la creazione di spazi all'interno della grande e piccola distribuzione per l'acquisto di prodotti a Km Zero o comunque tipici del territorio, con la possibilità di uno scambio di prodotti dei paesi che aderiscono al progetto transnazionale.</p> <p>Modalità di attuazione: gestione diretta dei GAL (15% budget) e/o affidamento di consulenze attraverso procedure di trasparenza pubblica</p>
Tipo di cooperazione	"Cooperazione transnazionale"
Soggetto attuatore	GAL
Grado di	

realizzabilità	Realizzabilità			
	WP	Fattori negativi	Valutazione ex ante	Superabilità (Fattori positivi)
	Work Package 1. Gestione del progetto e coordinamento del partenariato territoriale	Alto numero di partner presenti italiani ed esteri	Alto numero di esperienze passate nella gestione di progetti di partenariato con numero di partner di diversa natura e provenienza	Stretto coordinamento tecnico tramite: a) Costituzione di un Tavolo di lavoro permanente con riunioni mensili e azioni di segreteria coordinamento tecnico (1 unità\GAL + Informest) e costituzione delle Unità Territoriali per ogni area GAL. b) Segreteria Coordinamento Tecnico assieme ai singoli GAL per la gestione e l'implementazione di singoli sotto-progetti ed attività
	Work Package 2 "Pacchetti turistici integrati"	Difficoltà nell'elaborazione del piano di commercializzazione e della strategia che abbiano ricadute economiche concrete.	Coinvolgimento di professionisti del settore e società che indirizzino le attività verso la loro concretizzazione; presenza tra i soci dei GAL partner di Consorzi con lunga esperienza nel settore	Metodologia vincente strutturata in: a) analisi di mercato (coinvolgimento agenzie turistiche private, questionari di gradimento, individuazione dei target groups), raccolta dati dai territori e coinvolgimento operatori locali ed economici. b) piano di commercializzazione e (coinvolgimento diretto target groups, partecipazione a fiere promozionali, GIS map per la predisposizione pacchetti turistici a distanza), accompagnato da alcune attività di

				disseminazione "classica" (brochure, sito web....). I pacchetti turistici saranno strutturati in maniera settoriale per tematica con preciso riferimento ai target di turisti a cui si rivolge l'offerta e saranno a carattere interterritoriale e transnazionale in maniera da ampliare l'offerta caratterizzandola con i caratteri di "qualità", "destagionalizzazione" e "ruralità".
	Work Package 3 "Promozione dei prodotti tipici Agroalimentari dell'area Transnazionale e dei pacchetti turistici creati.	Necessità di selezionare le manifestazioni consone al prodotto presentato in maniera da massimizzare le ricadute economiche per i territori	Attuata una prima selezione delle manifestazioni a cui partecipare (Bari, Milano, Londra)	Esperienze pregresse di alcuni partner; vantaggio derivante dalla presenza nella partnership di soggetti provenienti da aree estere sede di importanti manifestazioni
Spese previste per attività propedeutiche alla conclusione degli accordi di partenariato	Non sono previsti costi su tale voce di spesa			
Spesa prevista	€ 40.000,00			
Intensità contributiva	100%			

### 5.3. Misura 431: Costi di gestione, acquisizione di competenze, animazione.

Obiettivo della misura è assicurare la migliore attuazione della strategia di sviluppo locale.

A questa azione verranno imputate le spese sostenute per l'operatività della struttura e per i compiti organizzativi e amministrativi connessi al funzionamento del partenariato e all'attuazione del PSL.

Il Gal dispone di personale (2 impiegati amministrativi e un Direttore) che ha sviluppato l'esperienza attraverso la realizzazione dei programmi Leader II e Leader +. Tale misura prevede pertanto i costi di gestione del GAL e i costi relativi alla formazione e all'animazione sul territorio.

#### 5.3.1. Costi di gestione del GAL

Il GAL prevede di concludere il PSL entro il primo semestre del 2012, pertanto la previsione di utilizzo dei fondi della presente misura è relativa a quattro annualità. A partire dalla data di pubblicazione del "Bando per la selezione dei gruppi di azione locale per l'attuazione dell'asse 4 Leader del Programma di sviluppo rurale 2007-2013" di cui al Decreto n. 929 del 19 maggio 2008, sono state avviate le attività preparatorie per la stesura del PSL.

Per quanto riguarda gli anni 2009 e 2010 il personale sarà impegnato al 100% per la realizzazione del PSL, in quanto nel corso di questo biennio si prevede l'avvio di tutti gli interventi proposti. Negli anni successivi il personale sarà impegnato anche nella realizzazione di altri progetti, in collaborazione con la Comunità Montana del Torre Natisone e Collio, che sono in corso di definizione.

Relativamente alla voce di costo "compensi e oneri per gli organi di amministrazione" non sono previste spese, in quanto l'Assemblea dei soci nella seduta del 17 dicembre 2007, viste le limitate disponibilità finanziarie, all'unanimità ha deliberato di non corrispondere alcun compenso ai Consiglieri.

Per quanto riguarda le retribuzioni del personale, la stima è stata effettuata in base alla situazione attuale, pertanto il direttore full time e due dipendenti di cui uno al momento part time. Si prevede di modificare quest'ultimo part time in full time. Alla voce acquisizione di servizi amministrativi contabili e finanziari sono previsti i costi per il consulente del lavoro (tenuta buste paga) e per il commercialista che segue la società dal punto di vista contabile e finanziario. La voce acquisto, noleggio e manutenzione della dotazione strumentale e fornitura di materiale di consumo, è di importo modesto in quanto la dotazione strumentale del Gal è stata in parte recentemente ammodernata. Per quanto riguarda le spese generali, a breve è previsto lo spostamento della sede presso la struttura della Comunità Montana del Torre Natisone e Collio in Tarcento, pertanto tali spese saranno ridotte.

### Quadro dei costi per tipologia (euro)

TIPOLOGIA	TOTALE	SPESA PUBBLICA	GAL
compensi e oneri per organi di amministrazione	-		-
retribuzioni del personale e compensi per prestazioni di lavoro a progetto e autonomo	433.656,77	346.925,42	86.731,35
acquisizione di servizi amministrativi contabili e finanziari	18.750,00	15.000,00	3.750,00
acquisto e noleggio e manutenzione della dotazione strumentale del GAL forniture di materiale di consumo	5.625,00	4.500,00	1.125,00
spese generali	2.607,06	2.085,65	521,41
<b>TOTALE</b>	<b>460.638,83</b>	<b>368.511,07</b>	<b>92.127,77</b>
a) Totale spesa pubblica misure 410 e 421		<b>1.842.578,78</b>	
b) Percentuale spesa pubblica dei costi di gestione/totale spesa pubblica misure 410 e 421			19,99974546

### Quadro dei costi per annualità di spesa (euro)

ANNO	TOTALE	SPESA PUBBLICA	GAL
2008	56.250,00	45.000,00	11.250,00
2009	150.000,00	120.000,00	30.000,00
2010	150.000,00	120.000,00	30.000,00
2011	60.638,84	48.511,07	12.127,77
PRIMO SEMESTRE 2012	43.750,00	35.000,00	8.750,00
<b>TOTALE</b>	<b>460.638,84</b>	<b>368.511,07</b>	<b>92.127,77</b>

#### 5.3.2. Acquisizione di competenze (formazione e partecipazione a iniziative di assistenza tecnica)

Attraverso questa azione il GAL intende partecipare, attraverso il suo personale, ad iniziative formative promosse dall'Autorità di Gestione per la corretta ed efficace attuazione del PSL. Sarà inoltre prevista la partecipazione di rappresentanti del GAL alle iniziative della Rete Europea per lo sviluppo Rurale e della Rete Nazionale Rurale. Come per i costi di gestione, le risorse di cui al presente paragrafo, saranno utilizzate in gran parte nel corso del biennio 2009/2010 in quanto riguardanti attività propedeutiche ai fini dell'attuazione della strategia di sviluppo locale.

### Quadro dei costi per tipologia (euro)

TIPOLOGIA	TOTALE	SPESA PUBBLICA	GAL
Retribuzioni del personale	9.375,00	7.500,00	1.875,00
Rimborsi spese di viaggio e soggiorno	1.875,00	1.500,00	375,00
<b>TOTALE</b>	<b>11.250,00</b>	<b>9.000,00</b>	<b>2.250,00</b>
a) Totale spesa pubblica del PSL		<b>2.327.463,00</b>	
b) Percentuale spesa pubblica per acquisizione di competenze/totale spesa pubblica GAL		0,3867	

### Quadro dei costi per annualità di spesa (euro)

ANNO	TOTALE	SPESA PUBBLICA	GAL
2008			
2009	5.000,00	4.000,00	1.000,00
2010	5.000,00	4.000,00	1.000,00
2011	1.250,00	1.000,00	250,00
PRIMO SEMESTRE 2012	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>11.250,00</b>	<b>9.000,00</b>	<b>2.250,00</b>

#### 5.3.3. Animazione sul territorio

Tale azione, rivolta ad informare e sensibilizzare la popolazione, le imprese, il partenariato del GAL e i principali attori sociali, sarà propedeutica rispetto all'attuazione delle misure 410 e 421 e verrà realizzata di concerto e con la collaborazione del partenariato del GAL. Attraverso procedura di evidenza pubblica, verranno selezionati soggetti per la realizzazione dell'attività di animazione. Tale attività sarà svolta sia attraverso l'organizzazione di incontri pubblici rivolti alla popolazione, agli amministratori locali, e alle organizzazioni imprenditoriali, che attraverso l'invio di comunicati stampa alle testate giornalistiche principali, ma anche a mezzo degli house organ delle Associazioni di categoria che si renderanno disponibili.

Materiale informativo verrà predisposto e diffuso sia in fase preparatoria (prima e durante l'avvio delle iniziative) che in fase conclusiva del progetto al fine di informare il territorio sui risultati ottenuti.

Attraverso le risorse della presente azione, inoltre, verrà aggiornato il sito internet della società all'interno del quale sarà possibile visionare i contenuti del PSL, i bandi in pubblicazione e le graduatorie dei progetti presentati.

## Quadro dei costi per tipologia (euro)

TIPOLOGIA	TOTALE	SPESA PUBBLICA	GAL
Acquisizione di servizi e prestazioni professionali funzionali all'attività di informazione e sensibilizzazione	43.750,00	35.000,00	8.750,00
Noleggio di attrezzature, locali e spazi per iniziative pubbliche	6.250,00	5.000,00	1.250,00
Produzione e diffusione di materiale informativo	32.500,00	26.000,00	6.500,00
Realizzazione o aggiornamento di siti internet	25.000,00	20.000,00	5.000,00
Pubblicazione dei bandi e degli avvisi pubblici del GAL	26.716,44	21.373,15	5.343,29
<b>TOTALE</b>	<b>134.216,44</b>	<b>107.373,15</b>	<b>26.843,29</b>
a) Totale spesa pubblica del PSL		<b>2.327.463,00</b>	
b) Percentuale spesa pubblica per acquisizione di competenze/totale spesa pubblica GAL		4,613312865	

## Quadro dei costi per annualità di spesa (euro)

ANNO	TOTALE	SPESA PUBBLICA	GAL
2008	12.500,00	10.000,00	2.500,00
2009	50.000,00	40.000,00	10.000,00
2010	50.000,00	40.000,00	10.000,00
2011	12.500,00	10.000,00	2.500,00
PRIMO SEMESTRE 2012	9.216,44	7.373,15	1.843,29
<b>TOTALE</b>	<b>134.216,44</b>	<b>107.373,15</b>	<b>26.843,29</b>

## 5.4. Quadro sinottico.

ANALISI TERRITORIALE CONCLUSIONI (analisi SWOT)	STRATEGIA E OBIETTIVI	MISURE	AZIONI	INTERVENTI
- difficoltà del sistema produttivo nel suo complesso, caratterizzata da una scarsa integrazione fra i diversi settori produttivi: agricoltura, turismo, artigianato e commercio; - debole capacità di valorizzare e commercializzare le produzioni tipiche locali; - ridotto numero di attività agricole con vendita diretta nei territori di fascia D;	- favorire e contribuire ed incrementare la tendenza alla formazione di una centralità dei prodotti vitivinicoli ed agroalimentari nel sistema turistico locale con funzione strutturante dell'economia turistica - creare punti vendita di prodotti tipici in area montana	4.1.1. Competitività	Azione 1 - valorizzazione dei prodotti agricoli locali	Contributi per investimenti aziendali volti alla commercializzazione diretta
- mancanza di manifestazioni e di attività promozionali d'area - mancanza di un mercato turistico di riferimento per il territorio che rappresenti un bacino di utenza significativo - debole capacità di valorizzare e commercializzare le produzioni tipiche locali	Favorire, contribuire ed incrementare la tendenza alla formazione di una centralità dei prodotti vitivinicoli ed agroalimentari nel sistema turistico locale con funzione strutturante dell'economia turistica; - creazione di eventi e di manifestazioni promozionali;	4.1.1. Competitività	Azione 1 - Valorizzazione dei prodotti agricoli locali	Realizzazione di eventi enogastronomici
- abbandono delle attività agricole con conseguente degrado ambientale - mancanza di una gestione delle risorse ambientali e territoriali;	- incrementare la qualità e la fruibilità delle risorse naturali ambientali paesaggistiche	4.1.2. Gestione dell'ambiente e del territorio	Azione 1 - Cura e valorizzazione del paesaggio rurale	Iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio rurale
- posti letto insufficienti a creare la massa critica necessaria ad una adeguata commercializzazione del prodotto turistico di area	- incrementare i posti letto al fine di incrementare il flusso turistico locale;	4.1.3. Qualità della vita/diversificazione	Azione 1 - Ricettività turistica	Realizzazione di nuovi posti letto in B&B e affittacamere non professionali
- posti letto insufficienti a creare la massa critica necessaria ad una adeguata commercializzazione del prodotto turistico di area	- incrementare i posti letto al fine di incrementare il flusso turistico locale;	4.1.3. Qualità della vita/diversificazione	Azione 1 - Ricettività turistica	Bando per la realizzazione di affittacamere professionali (beneficiari esercenti)
- posti letto insufficienti a creare la massa critica necessaria ad una adeguata commercializzazione del prodotto turistico di area	- incrementare i posti letto al fine di incrementare il flusso turistico locale;	4.1.3. Qualità della vita/diversificazione	Azione 1 Ricettività turistica	Realizzazione di nuovi posti letto in agriturismo
- crisi dei servizi alla persone e di quelli di prossimità; - abbassamento della	- consentire un adeguato standard di servizi anche nelle località minori di	4.1.3. Qualità della vita/diversificazione	Azione 2 - Servizi di prossimità	Servizi di prossimità

qualità dei servizi al territorio e alla popolazione	montagna			
- carenza di servizi dedicati al residente ed all'ospite - scarsità di infrastrutture e servizi turistici	- favorire l'animazione e le attività culturali a servizio della popolazione e dei turisti;	4.1.3. Qualità della vita/diversificazione	Azione 3 - Servizi e attività ricreative e culturali	Progetti integrati pubblico/privato per la realizzazione di servizi ricreativi e culturali
- attività di marketing discontinue e limitate ad alcune parti del territorio	favorire e contribuire ed incrementare la tendenza alla formazione di una centralità dei prodotti vitivinicoli ed agroalimentari nel sistema turistico locale con funzione strutturante dell'economia turistica	4.1.3. Qualità della vita/diversificazione	Azione 4: Iniziative finalizzate al marketing territoriale	Azioni di marketing per la promozione del prodotto territorio
- carenza di servizi dedicati al residente ed all'ospite - scarsità di infrastrutture e servizi turistici - attività di marketing discontinue e limitate ad alcune parti del territorio - mancanza di manifestazioni e di attività promozionali d'area - mancanza di un mercato turistico di riferimento per il territorio che rappresenti un bacino di utenza significativo - debole capacità di valorizzare e commercializzare le produzioni tipiche locali	- favorire e contribuire ed incrementare la tendenza alla formazione di una centralità dei prodotti vitivinicoli ed agroalimentari nel sistema turistico locale con funzione strutturante dell'economia turistica; - valorizzare attraverso la realizzazione di percorsi tematici. a) agricoltura e produzioni tipiche b) ricettività c) attività specifiche d) promozione e) trasporti viabilità ed accessi alle aree f) ambiente e territorio	4.2.1. Cooperazione interterritoriale	Progetto di cooperazione interterritoriale	<i>Progetto "GAL Item"</i> per la Creazione di una rete di itinerari tematici transregionali
- carenza di servizi dedicati al residente ed all'ospite - scarsità di infrastrutture e servizi turistici - attività di marketing discontinue e limitate ad alcune parti del territorio - mancanza di manifestazioni e di attività promozionali d'area - mancanza di un mercato turistico di riferimento per il territorio che rappresenti un bacino di utenza significativo - debole capacità di valorizzare e commercializzare le produzioni tipiche locali	- favorire e contribuire ed incrementare la tendenza alla formazione di una centralità dei prodotti vitivinicoli ed agroalimentari nel sistema turistico locale con funzione strutturante dell'economia turistica; - valorizzare attraverso la realizzazione di percorsi tematici. a) agricoltura e produzioni tipiche b) ricettività c) attività specifiche d) promozione e) trasporti viabilità ed accessi alle aree f) ambiente e territorio	Cooperazione transnazionale	Progetto di cooperazione transnazionale	Progetto di cooperazione transnazionale 1: "GAL Inter Tour" per la Promozione congiunta dei territori e dei prodotti transnazionali
- carenza di servizi dedicati al residente ed all'ospite - scarsità di infrastrutture e servizi	- favorire e contribuire ed incrementare la tendenza alla formazione di una centralità dei prodotti	Cooperazione transnazionale	Progetto di cooperazione transnazionale	Progetto di cooperazione transnazionale 2: Strategia di commercializzazione

<p>turistici</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- attività di marketing discontinue e limitate ad alcune parti del territorio</li> <li>- mancanza di manifestazioni e di attività promozionali d'area</li> <li>- mancanza di un mercato turistico di riferimento per il territorio che rappresenti un bacino di utenza significativo</li> <li>- debole capacità di valorizzare e commercializzare le produzioni tipiche locali</li> </ul>	<p>vitivinicoli ed agroalimentari nel sistema turistico locale con funzione strutturante dell'economia turistica;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- valorizzare attraverso la realizzazione di percorsi tematici.</li> <li>a) agricoltura e produzioni tipiche</li> <li>b) ricettività</li> <li>c) attività specifiche</li> <li>d) promozione</li> <li>e) trasporti viabilità ed accessi alle aree</li> <li>f) ambiente e territorio</li> </ul>			<p>integrata di territori e prodotti</p>
---	--	--	--	--

## CAPITOLO 6. PIANO FINANZIARIO.

### 6.1. Piano finanziario del PSL per misure e azioni

MISURE/AZIONI	TOTALE	SPESA PUBBLICA			SPESA PRIVATA
		TOTALE	COFINANZIAMENT O FEASR	COFINANZIAMEN TO NAZIONALE	
<b>MISURA 410- STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE</b>	<b>2.591.650,77</b>	<b>1.726.124,15</b>	<b>759.494,63</b>	<b>966.629,52</b>	<b>865.526,62</b>
<i>Misura 411- Competitività</i>	<i>483.768,56</i>	<i>341.124,15</i>	<i>150.094,63</i>	<i>191.029,52</i>	<i>142.644,41</i>
Azione 1- Valorizzazione dei prodotti agricoli - Investimenti volti alla commercializzazione diretta	316.987,58	174.343,17	76.710,99	97.632,18	142.644,41
Azione 1- Valorizzazione dei prodotti agricoli - Realizzazione di eventi enogastronomici	166.780,98	166.780,98	73.383,63	93.397,35	-
<i>Misura 412- Gestione dell'ambiente/ territorio</i>	<i>105.263,16</i>	<i>100.000,00</i>	<i>44.000,00</i>	<i>56.000,00</i>	<i>5.263,16</i>
Azione 1- Cura e valorizzazione del paesaggio rurale- iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio del territorio rurale	105.263,16	100.000,00	44.000,00	56.000,00	5.263,16
<i>Misura 413- Qualità della vita/ diversificazione</i>	<i>2.002.619,05</i>	<i>1.285.000,00</i>	<i>565.400,00</i>	<i>719.600,00</i>	<i>717.619,05</i>
Azione 1- Ricettività turistica- B.&B. e Affittacamere non professionali	416.666,67	250.000,00	110.000,00	140.000,00	166.666,67
Azione 1- Ricettività turistica- Affittacamere professionali	416.666,67	250.000,00	110.000,00	140.000,00	166.666,67
Azione 1- Ricettività turistica- agriturismi	400.000,00	200.000,00	88.000,00	112.000,00	200.000,00
Azione 2- Servizi di prossimità- progetti integrati per la realizzazione di centri multiservizi	114.285,71	80.000,00	35.200,00	44.800,00	34.285,71
Azione 3- Servizi e attività ricreative e culturali- Realizzazione di servizi ricreativi e culturali	500.000,00	350.000,00	154.000,00	196.000,00	150.000,00
Azione 4- Iniziative finalizzate al marketing territoriale- marketing per la promozione del territorio	155.000,00	155.000,00	68.200,00	86.800,00	-
<b>MISURA 421-COOPERAZIONE INTERTERRITORIALE E TRANSNAZIONALE</b>	<b>116.454,63</b>	<b>116.454,63</b>	<b>51.240,04</b>	<b>65.214,59</b>	<b>-</b>
Cooperazione interterritoriale- Progetto ITEM	36.454,63	36.454,63	16.040,04	20.414,59	-
Cooperazione transnazionale- Progetto GAL INTERTOUR	40.000,00	40.000,00	17.600,00	22.400,00	-
Cooperazione transnazionale- Commercializzazione integrata di territori e prodotti	40.000,00	40.000,00	17.600,00	22.400,00	-
<b>MISURA 431-GESTIONE DEL GAL, ACQUISIZIONE DI COMPETENZE, ANIMAZIONE</b>	<b>606.105,28</b>	<b>484.884,22</b>	<b>213.349,06</b>	<b>271.535,16</b>	<b>121.221,06</b>
1- Costi di gestione del GAL	460.638,84	368.511,07	162.144,87	206.366,20	92.127,77
2- Acquisizione di competenze	11.250,00	9.000,00	3.960,00	5.040,00	2.250,00
3- Animazione sul territorio	134.216,44	107.373,15	47.244,19	60.128,96	26.843,29
<b>TOTALE</b>	<b>3.314.210,68</b>	<b>2.327.463,00</b>	<b>1.024.083,72</b>	<b>1.303.379,28</b>	<b>986.747,68</b>

## 6.2. Indicazione delle misure, delle azioni e degli interventi finanziabili con eventuali risorse aggiuntive.

Allo stato attuale non sono previsti interventi finanziabili con risorse aggiuntive.

## CAPITOLO 7. COMPLEMENTARITÀ DELLA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE.

La società Torre Natisone GAL ha acquisito un ruolo importante nell'assetto istituzionale dell'area, sempre più venendosi a definire quale strumento operativo e gestore di servizi della Comunità Montana Torre Natisone Collio, socio di riferimento del GAL. In tale ruolo, da una parte ha partecipato e partecipa alla programmazione posta in essere con la redazione e gestione del PAL 2009-2011, dando un contributo di analisi e di proposta sulle tematiche dello sviluppo rurale, dall'altro assolve a funzioni di consulente e redattore di progetti per quanto riguarda la programmazione europea 2007/2013.

All'interno della citata programmazione comunitaria, esiste una generale concordanza sulla individuazione di una serie di obiettivi che puntano alla valorizzazione delle risorse di ambito rurale con particolare riguardo ai prodotti tipici locali del settore agroalimentare ed alla valorizzazione delle risorse paesaggistiche ed ambientali in senso sia forestale che turistico.

Il turismo anzi diviene l'obiettivo primario sia quale potenziale fattore di incremento del mercato locale e della vendita diretta in azienda, sia quale portatore di indotto alle aziende commerciali ed alle PMI, nonché al settore del commercio e della ristorazione. Un indotto importante è atteso anche nei confronti delle famiglie, dato che i posti letto a gestione non professionale in loco sono stimati intorno alle 600 unità.

Per tali motivi una parte consistente della programmazione in corso riguarda tematiche inseribili in un contesto ampio di complementarizzazione e di sinergia sia per quanto riguarda il PIT agricolo in corso di redazione – cui il GAL partecipa con funzioni progettuali – sia per quanto riguarda le iniziative riguardanti l'INTERREG IV A Italia-Slovenia tutti visti quale contributo alla valorizzazione del territorio, delle sue peculiarità, delle sue attrazioni in funzione della visibilità, dell'immagine e della sua organizzazione interna funzionale alla soddisfazione dell'ospite e del visitatore.

Per quanto riguarda il POR dell'Obiettivo Competitività ed Occupazione tutti e 5 gli Assi sembrano concorrere al perseguimento di obiettivi ricompresi negli schemi di cui al punto d) *l'economia* del presente piano e pertanto il PSL può definirsi sinergico con gli obiettivi del POR e con la generale programmazione d'area ed idonei ad avere importanti riflessi sotto il profilo del marketing territoriale.

Il POR prevede che l'area montana a livello di Comunità organizzzi *"...attraverso altrettanti Programmi Integrati Territoriali gli interventi in modo da assecondare le vocazioni e le specificità di ciascun territorio<sup>7</sup>"*.

In particolare l'OB.Op 4.2 dell'ASSE IV del POR dice: *"L'obiettivo mira a ridurre i differenziali di sviluppo regionale potenziando l'economia della montagna, mediante progetti integrati tra il pubblico e il privato per la promozione dell'imprenditorialità diffusa, interventi di valorizzazione del patrimonio immobiliare e interventi di valorizzazione del territorio attraverso la creazione di infrastrutture.*

*In coerenza e in continuità con le attività programmatiche dei cicli precedenti, una particolare attenzione viene dedicata alle aree montane che soffrono di svantaggi geografici per superare i quali bisognerà intervenire in maniera da indurre lo sviluppo economico in modo compatibile e rispettoso del patrimonio ambientale.*

---

<sup>7</sup> Obiettivo Competitività Regionale e Occupazione – Programma Operativo Regionale FESR 2007 – 2013 pag. 192

*L'obiettivo da attuare sarà, quindi, quello di valorizzare le risorse locali, in modo da favorire la fruizione del patrimonio montano sviluppando attività produttive capaci di impattare positivamente sulla crescita economica dei territori, accrescendone l'attrattività.*

*Il POR interviene in via complementare alla programmazione del FEASR per la realizzazione di interventi di dimensione finanziaria significativa al fine di favorire ricadute in termini di sviluppo socio economico.*

*Il POR Obiettivo Competitività mira a valorizzare e rafforzare il contesto strutturale e infrastrutturale del territorio montano in modo da favorire, altresì, lo sviluppo delle attività imprenditoriali e delle iniziative locali che trovano finanziamento nell'ambito dell'ASSE IV del PSR.*

*Inoltre omissis ... saranno promossi sistemi capaci di indurre la crescita economica con interventi a basso impatto ambientale che, attraverso azioni di valorizzazione del patrimonio ambientale, naturale, culturale e paesaggistico, favoriscano una riconversione a scopi turistici delle aree introducendo opportunità di diversificazione produttiva.<sup>8</sup>*

*Nelle aree montane (ed in quelle lagunari) è prevista infine la realizzazione di "Alberghi diffusi" attraverso il recupero e l'adeguamento delle strutture esistenti mediante la riattivazione dell'uso di edifici da destinare a strutture turistiche ricettive.*

*Il POR, in conclusione, "...mira a valorizzare e rafforzare il contesto strutturale ed infrastrutturale del territorio montano in modo da favorire, altresì, lo sviluppo delle attività imprenditoriali e delle iniziative locali che trovano finanziamento nell'ambito dell'ASSE IV del PSR<sup>9</sup>."*

Riguardo al PAL la concordanza fra azioni del PSL ed azioni del PAL medesimo è nata all'interno della formazione del PAL in quanto il GAL era rappresentato all'interno della Cabina di regia e nella previsione delle azioni del PAL già in tale sede si è tenuto conto di quanto previsto in termini di interventi dall'ASSE IV del PSL.

Esiste pertanto una sostanziale concordanza fra programmazione del PAL, i contenuti progettuali relativi ad INTERREG, PIT e POR e del PSL all'interno del quale sono previste azioni destinate alla sviluppo del turismo rurale che tengono conto di tale complesse attività previste dagli altri strumenti destinati ad operare sul territorio in ambiti di applicazione contigui a quello dell'ASSE IV del PSR.

---

<sup>8</sup> Obiettivo Competitività Regionale e Occupazione – Programma Operativo Regionale FESR 2007 – 2013 pag. 193

<sup>9</sup> Obiettivo Competitività Regionale e Occupazione – Programma Operativo Regionale FESR 2007 – 2013 pag. 194

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 411 – Competitività			
Azione 1 – Valorizzazione dei prodotti agricoli locali			
Intervento “Bando contributi per investimenti aziendali volti alla realizzazione della filiera corta”	PSR 2007 - 2013	L'intervento corrisponde alla Misura 1.2.1. Ammodernamento delle imprese agricole contenuta nell'ASSE I del PSR. Il contributo previsto dal PSL verrà concesso ad aziende che non abbiano già ottenuto aiuti per la medesima tipologia di investimento con la misura di cui sopra	L'intervento del PSL è principalmente destinato alle aziende della fascia D) nei confronti delle quali si intende attuare una intensa attività di animazione assieme alle associazioni di categoria partner del GAL. Di fatto pertanto tale intervento sarà complementare a quello previsto dalla Misura 1.2.1 del PSR contribuendo all'ampliamento complessivo dell'area in cui tali interventi si attueranno.
	PAL 2009 – 2011 COMUNITÀ MONTANA	L'intervento del PSL, pur non riguardando esclusivamente le produzioni indicate da PAL, ma essendo rivolto alle aziende agricole della fascia montana (fascia D individuata dal PSR) potrà coinvolgere anche le attività di allevamento, produzione, trasformazione e vendita di prodotti ovicaprini previste dall'intervento AGR 03 del PAL della Com. Montana. La sovrapposizione con l'attività della Comunità Montana dovrà essere evitata attraverso il coordinamento delle azioni e la loro tempistica di attuazione.	AGR 03 – promozione e sostegno all'allevamento ovicaprino in territorio montano e valorizzazione delle produzioni agroalimentari ottenibili – Azione A Realizzazione ed adeguamento strutture Nel PAL il finanziamento è previsto con risorse LR 4/2008 e PSR. L'intervento pertanto si pone in termini di attuazione e in relazione sinergica con il PAL
	INTERREG IIIA Italia Slovenia	Non sono previste iniziative sul territorio a valere sui finanziamenti INTERREG e collegabili con gli interventi in esame	
	POR Obiettivo competitività	IL POR Non prevede iniziative riconducibili alle tematiche del presente intervento	

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 411 – Competitività			
Azione 1 – Valorizzazione dei prodotti agricoli locali			
Intervento “Realizzazione di eventi enogastronomici”	PSR 2007 - 2013	La realizzazione di eventi enogastronomici è prevista esclusivamente dall'Asse IV del PSL per cui non si individuano sovrapposizioni con altre azioni del medesimo.	La realizzazione di un evento destinato ad investire tutto il territorio costituirà una qualificata opportunità di informazione, promozione e commercializzazione riguardo ai prodotti locali. Tale attività ha una ricaduta secondaria nel settore turistico e quindi entra in sinergia con tutte le azioni del PSR che hanno simili ricadute.
	PAL 2009 – 2011 COMUNITÀ MONTANA	La manifestazione verrà collocata negli esercizi pubblici e nelle cantine di tutto il territorio (in ipotesi circa una trentina) per uno o due fine-settimana abbinati alla presentazione/commercializzazione dei prodotti tipici locali. La comunicazione relativa promuoverà anche gli aspetti storico, artistici, ambientali, del territorio e avrà pertanto anche effetti di promozione del territorio per cui si ritiene possa integrare un'ampia azione promozionale. La sovrapposizione con l'attività della Com. M. dovrà essere evitata attraverso il	Il PAL nell'intervento TUR. 03 –Marketing territoriale – Azione C – Realizzazione di un piano di promozione in sinergia con Turismo FVG prevede iniziative simili a quelle previste dal PSL finanziabili ai sensi della LR 4/2008. L'intervento PSL pertanto si pone in termini di attuazione e in relazione sinergica con

		coordinamento delle azioni e la loro tempistica di attuazione	l'intervento TUR. 03 del PAL ed avrà un collegamento complementare con le iniziative della Com. Montana in merito al quale verranno attuate opportune attività di concertazione.
	INTERREG IIIA Italia Slovenia	Non sono previste iniziative sul territorio a valere sui finanziamenti INTERREG e collegabili con l'intervento in esame	
	POR Obiettivo competitività	IL POR non prevede iniziative riconducibili alle tematiche del presente intervento	

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 4.1.2			
Azione Cura e valorizzazione del paesaggio rurale			
Intervento "Iniziativa di recupero e valorizzazione del paesaggio rurale"	PSR 2007 - 2013	Misura 2.2.7. Sostegno agli investimenti non produttivi La Misura 2.2.7. prevede interventi di natura prettamente ambientale. Il PSL invece punta ad un recupero/valorizzazione di ambiti destinati alla fruizione da parte di residenti e turisti. Non dovrebbero pertanto verificarsi effettivi casi di sovrapposizione; in ogni caso il contributo verrà concesso a soggetti che non abbiano già ottenuto aiuti per la medesima tipologia di investimento con la misura di cui sopra	Le iniziative del PSL e del PSR pur se con finalità e modalità diverse concorrono tutte ad una valorizzazione del territorio e dell'ambiente - contribuendo ad elevare la massa critica degli interventi - destinati ad assumere sempre di più un ruolo preciso nel "prodotto territorio" con particolare riguardo alle aree di fascia D)
	PAL 2009 - 2011 COMUNITÀ MONTANA	IL PAL non prevede iniziative riconducibili alle tematiche del presente intervento	
	INTERREG IIIA Italia Slovenia	È in fase di approfondimento e di realizzazione un progetto che dovrebbe valorizzare i sedimenti fisici della civiltà rurale (mulini, antichi vigneti, borghi rurali antichi, ecc.) e le risorse naturalistiche (cascate, corsi d'acqua, boschi di pregio ecc.).	L'eventuale attuazione delle iniziative previste nel progetto sono sinergiche - almeno in linea di principio - con l'intervento PSL in esame. La modestia delle risorse PSL peraltro rischierà di marginalizzare eventuali azioni di concertazione/complementarizzazione.
	POR Obiettivo competitività	Le iniziative finanziabili ai sensi della presente azione sono di piccola entità attesa la particolarmente modesta disponibilità finanziaria ed avranno un carattere dimostrativo nonché una implicita ricaduta in termini di animazione che potrà essere utile anche ai fine dell'attuazione dell'obiettivo del POR di cui a fianco. Non si ritiene esistano reali problemi di sovrapposizione anche se sarà possibile ed auspicabile una azione coordinata soprattutto di animazione e di diffusione dei risultati	ASSE II - OB.OP. 2.1 - Valorizzare le risorse ambientali e culturali e prevenire i rischi naturali e tecnologici. Azione 2.1.a) Valorizzazione del patrimonio naturale e culturale L'obiettivo prevede "la valorizzazione e fruizione sostenibile delle risorse naturali, delle aree ricadenti all'interno della rete Natura 2000 e delle aree di particolare pregio naturalistico". Saranno pertanto possibili sinergie soprattutto per quanto riguarda le attività di animazione come precisato al quadro precedente. Il territorio potrà comunque avvantaggiarsi da un maggior numero di interventi anche se provenienti da fonti di finanziamento diverse. Il meccanismo dei bandi escluderà la partecipazione di uno stesso progetto a più bandi emessi da soggetti diversi (Regione, GAL ecc.)

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 4.1.3 Qualità della vita - diversificazione			
Azione 1 – Ricettività turistica			
Intervento “Realizzazione di nuovi posti letto in B&B e affittacamere non professionali”	PSR 2007 - 2013	Non esistono misure o azioni corrispondenti negli altri assi del PSR	
	PAL 2009 – 2011 COMUNITÀ MONTANA	IL PAL non prevede iniziative riconducibili alle tematiche del presente intervento	
	INTERREG IIIA Italia Slovenia	Non sono previste iniziative sul territorio a valere sui finanziamenti INTERREG e collegabili con l'intervento in esame	
	POR Obiettivo competitività	IL POR non prevede iniziative riconducibili alle tematiche del presente intervento	

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 4.1.3 Qualità della vita - diversificazione			
Azione 1 – Ricettività turistica			
Intervento “Realizzazione di nuovi posti letto in affittacamere professionali”	PSR 2007 - 2013	Non esistono misure o azioni corrispondenti negli altri assi del PSR	
	PAL 2009 – 2011 COMUNITÀ MONTANA	L'intervento è menzionata dal PAL – intervento TUR. 01 - ed è individuato come “... <i>riconversione delle osterie storiche con la predisposizione di posti letto come era nella tradizione</i> ” La sovrapposizione con l'attività della Com. Montana - nel caso di effettiva attuazione dell'intervento TUR. 01 - dovrà essere evitata attraverso il <b>coordinamento dei bandi</b>	Il PAL - Intervento TUR. 01 – Aumentare la qualità dei centri storici - Azione B – Interventi di riqualificazione dei centri urbani per l'albergo diffuso prevede la gestione dell'azione tramite “...la predisposizione di bandi mirati da parte della Com. M. e del GAL indirizzati anche al recupero edilizio ed alla riconversione delle osterie storiche con la predisposizione di posti letto come era nella tradizione” L'intervento è pertanto previsto sia dai fondi PAL che dal PSL.
	INTERREG IIIA Italia Slovenia	Non sono previste iniziative sul territorio a valere sui finanziamenti INTERREG e collegabili con l'intervento in esame	
	POR Obiettivo competitività	Le iniziative di albergo diffuso previste dall'ASSE IV del POR non interferiscono con le attività previste dal PSL	Le iniziative di albergo diffuso previste dall'ASSE IV del POR concorrono sinergicamente con le azioni del PAL e del PSL all'aumento dei posti letto la cui carenza costituisce una delle principali inadeguatezze dell'area.

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 4.1.3 Qualità della vita - diversificazione			
Azione 1 – Ricettività turistica			
Intervento “Realizzazione di nuovi posti letto in aziende agrituristiche”	PSR 2007 - 2013	Non esistono misure o azioni corrispondenti negli altri assi del PSR	
	PAL 2009 – 2011 COMUNITÀ MONTANA	L'intervento proposto dal PSL corrisponde alla previsione del PAL La sovrapposizione con l'attività della Com. M. dovrà essere evitata attraverso il <b>coordinamento delle azioni e la loro tempistica di attuazione</b>	AGR. 02 - Sviluppo e potenziamento del settore agrituristico - Azione A: finanziamento di nuovi agriturismi finalizzato all'aumento dei posti letto L'intervento è previsto sia dai fondi PAL che dal PSL. Sarà possibile differenziare gli interventi in considerazione del fatto che obiettivo del PSL è di finanziare esclusivamente piccoli interventi.

	INTERREG IIIA Italia Slovenia	Non sono previste iniziative sul territorio a valere sui finanziamenti INTERREG e collegabili con l'intervento in esame
	POR Obiettivo competitività	IL POR non prevede iniziative riconducibili alle tematiche del presente intervento

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 4.1.3 Qualità della vita - diversificazione			
Azione 2 Servizi di prossimità			
Intervento "Realizzazione servizi di prossimità in aree che ne sono sprovviste"	PSR 2007 - 2013	Non esistono misure o azioni corrispondenti negli altri assi del PSR	
	PAL 2009 - 2011 COMUNITÀ MONTANA	L'intervento proposto dal PSL corrisponde alla previsione del PAL La sovrapposizione con l'attività della Com. M. dovrà essere evitata attraverso il coordinamento delle azioni e la loro tempistica di attuazione	L'intervento WEL. 01 - Potenziamento dei servizi commerciali - Azione A.1 prevede "... l'avvio di nuovi esercizi commerciali in zone dove risulti una effettiva necessità, emersa da un'indagine preliminare". Sarà necessario coordinare la pubblicazione dei bandi con una successione tale da evitare sovrapposizioni.
	INTERREG IIIA Italia Slovenia	Non sono previste iniziative sul territorio a valere sui finanziamenti INTERREG e collegabili con l'intervento in esame	
	POR Obiettivo competitività	IL POR non prevede iniziative riconducibili alle tematiche del presente intervento	

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 4.1.3 Qualità della vita - diversificazione			
Azione 3 Servizi ed attività ricreative e culturali			
Intervento "Progetti integrati pubblico/privato per la realizzazione di servizi ricreativi e culturali"	PSR 2007 - 2013	Non esistono misure o azioni corrispondenti negli altri assi del PSR	
	PAL 2009 - 2011 COMUNITÀ MONTANA	L'intervento previsto dal PSL non si sovrappone alla programmazione del PAL ma può utilmente integrarsi con la medesima aggiungendo nuove iniziative alle tradizionali.	L'intervento Cult. 02 - Valorizzazione delle risorse culturali vuole organizzare un'offerta strutturata e calendarizzata di eventi sul territorio, realizzando e rilanciando eventi culturali tipici della zona Pur riguardando attività nuove mentre il PAL si indirizza verso "eventi culturali tipici", si ritiene comunque che i progetti integrati previsti dal PSL possano contribuire al raggiungimento degli obiettivi dell'intervento del PAL (Valorizzazione delle risorse culturali), ampliandone l'ambito.
	INTERREG IIIA Italia Slovenia	È in fase di approfondimento e di realizzazione un progetto che dovrebbe rilanciare gli antichi usi e le antiche manifestazioni popolari, ipotesi che non si sovrappone alle iniziative in materia che sono iniziative nuove.	Un mix di iniziative di valenza culturale sebbene di diversa natura (azioni previste dal PSL, dal PAL e dal progetto Interreg), ma tutte fortemente legate al territorio possono essere importanti sia per la crescita del senso di appartenenza sia come importante e qualificante servizio all'ospite. Sarà necessario coordinare le iniziative sotto il profilo temporale ad evitare sovrapposizioni che possano creare una immagine di basso livello organizzativo e di dispersione delle iniziative.
	POR Obiettivo competitività	Le iniziative finanziabili ai sensi della presente azione sono di piccola entità (fondi disponibili €. 300.000,00). Tali	ASSE II - OB.OP. 2.1 - Valorizzare le risorse ambientali e culturali e prevenire i rischi naturali e

		<p>importi consentiranno difficilmente di affrontare tematiche quali quelle previste dal POR per cui non saranno possibili sovrapposizioni di progetti. È comunque possibile una complementarità per quanto riguarda eventuali aspetti gestionali di tali risorse nel caso dell'allestimento di centri visite, esposizioni museali ecc. che – se non comprese negli interventi POR – potranno essere finanziate ai sensi del presente intervento</p>	<p>tecnologici - Obiettivo 2.1.a) Valorizzazione del patrimonio naturale e culturale. L'obiettivo prevede "l'utilizzo migliore e più ampio delle risorse culturali in chiave turistica" nei seguenti settori:  - siti relativi alla Prima Guerra Mondiale;  - architettura fortificata;  - archeologia industriale.  È possibile una complementarità fra intervento del PSL ed azione del POR per quanto riguarda eventuali aspetti gestionali di tali risorse come nel caso dell'allestimento di centri visite, esposizioni museali ecc. collegate alle risorse valorizzate ai sensi dell'azione POR.</p>
--	--	--	--

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 4.1.3 Qualità della vita - diversificazione			
Azione 4: Iniziative finalizzate al marketing territoriale			
Intervento "Realizzazione di un piano di marketing"	PSR 2007 - 2013	Non esistono misure o azioni corrispondenti negli altri assi del PSR	
	PAL 2009 – 2011 COMUNITÀ MONTANA	L'intervento "Realizzazione di un piano di marketing" del PSL è orientato alla promozione di un prodotto turistico integrato a livello territoriale in cui sia data centralità alle risorse enogastronomiche/agroalimentari. Pertanto non esiste sovrapposizione di attività.	L'intervento TUR 3 -Marketing territoriale ha come obiettivo principale la valorizzazione delle risorse del territorio connesse all'identità culturale al fine di attrarre nuovi possibili abitanti, turisti e capitali. Tutte le attività destinate a valorizzare le risorse culturali hanno forte attinenza col segmento turistico enogastronomico/agroalimentare che più di altri richiede la fruibilità di tutti gli aspetti maggiormente caratterizzanti il territorio. Le due azioni pertanto non si sovrappongono ma, attraverso opportune azioni di coordinamento, possono integrarsi e potenziarsi sinergicamente.
	INTERREG IIIA Italia Slovenia	Non sono previste iniziative sul territorio a valere sui finanziamenti INTERREG e collegabili con l'intervento in esame	
	POR Obiettivo competitività	IL POR non prevede iniziative riconducibili alle tematiche del presente intervento	

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 4.2.1 Cooperazione			
Azione Cooperazione interterritoriale			
Intervento "Progetto "GAL Item" per la Creazione di una rete di itinerari tematici transregionali"	PSR 2007 - 2013	Non esistono misure o azioni corrispondenti negli altri assi del PSR	
	PAL 2009 – 2011 COMUNITÀ MONTANA	I tre progetti di cooperazione riguardano la realizzazione di percorsi tematici che hanno come obiettivo la visibilità, la fruibilità e – sebbene indirettamente - l'accessibilità alle produzioni tipiche locali Sarà necessario evitare la sovrapposizione con l'attività della Com. M. attraverso il coordinamento delle azioni e la loro tempistica di attuazione ed individuando percorsi che	L'intervento TUR. 02 - Potenziamento della rete ciclabile e della sentieristica prevede interventi fisici che possono essere valorizzati, attraverso opportune azioni di concertazione, dalla individuazione di percorsi tematici (con previsione di interventi minimi di tabellazione, ecc.) e della loro promozione come previsto dalle azioni di cooperazione. L'iniziativa si pone pertanto quale momento di attuazione della programmazione della Comunità Montana con l'attività della quale sarà necessario, prima della realizzazione delle iniziative,

		contribuiscono ad attuare la programmazione PAL e la fruizione delle tipicità locali.	avviare iniziative di concertazione.
	INTERREG IIIA Italia Slovenia	Non sono previste iniziative sul territorio a valere sui finanziamenti INTERREG e collegabili con l'intervento in esame	
	POR Obiettivo competitività	IL POR non prevede iniziative riconducibili alle tematiche del presente intervento	

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 4.2.1 Cooperazione			
Azione Cooperazione transnazionale			
Intervento "Progetto di cooperazione transnazionale 1: "GAL Inter Tour" per la Promozione congiunta dei territori e dei prodotti transnazionali"	PSR 2007 - 2013	Non esistono misure o azioni corrispondenti negli altri assi del PSR	
	PAL 2009 - 2011 COMUNITÀ MONTANA	I tre progetti di cooperazione riguardano la realizzazione di percorsi tematici che hanno come obiettivo la visibilità, la fruibilità e - sebbene indirettamente - l'accessibilità alle produzioni tipiche locali. Sarà necessario evitare la sovrapposizione con l'attività della Com. M. attraverso il coordinamento delle azioni e la loro tempistica di attuazione ed individuando percorsi che contribuiscano ad attuare la programmazione PAL e la fruizione delle tipicità locali.	L'intervento TUR. 02 - Potenziamento della rete ciclabile e della sentieristica prevede interventi fisici che possono essere valorizzati, attraverso opportune azioni di concertazione, dalla individuazione di percorsi tematici (con previsione di interventi minimi di tabellazione, ecc.) e della loro promozione come previsto dalle azioni di cooperazione. L'iniziativa si pone pertanto quale momento di attuazione della programmazione della Comunità Montana con l'attività della quale sarà necessario, prima della realizzazione delle iniziative, avviare iniziative di concertazione.
	INTERREG IIIA Italia Slovenia	Non sono previste iniziative sul territorio a valere sui finanziamenti INTERREG e collegabili con l'intervento in esame	
	POR Obiettivo competitività	IL POR non prevede iniziative riconducibili alle tematiche del presente intervento	

PSL	ALTRO PROGRAMMA	CRITERI DI DEMARCAZIONE	SINERGIE
Misura 4.2.1 Cooperazione			
Azione Cooperazione transnazionale			
Intervento "Progetto di cooperazione transnazionale 2: Strategia di commercializzazione integrata di territori e prodotti"	PSR 2007 - 2013	Non esistono misure o azioni corrispondenti negli altri assi del PSR	
	PAL 2009 - 2011 COMUNITÀ MONTANA	I tre progetti di cooperazione riguardano la realizzazione di percorsi tematici che hanno come obiettivo la visibilità, la fruibilità e - sebbene indirettamente - l'accessibilità alle produzioni tipiche locali. Sarà necessario evitare la sovrapposizione con l'attività della Com. M. attraverso il coordinamento delle azioni e la loro tempistica di attuazione ed individuando percorsi che contribuiscano ad attuare la programmazione PAL e la fruizione delle tipicità locali.	L'intervento TUR. 02 - Potenziamento della rete ciclabile e della sentieristica prevede interventi fisici che possono essere valorizzati, attraverso opportune azioni di concertazione, dalla individuazione di percorsi tematici (con previsione di interventi minimi di tabellazione, ecc.) e della loro promozione come previsto dalle azioni di cooperazione. L'iniziativa si pone pertanto quale momento di attuazione della programmazione della Comunità Montana con l'attività della quale sarà necessario, prima della realizzazione delle iniziative, avviare iniziative di concertazione.
	INTERREG IIIA Italia Slovenia	Non sono previste iniziative sul territorio a valere sui finanziamenti INTERREG e collegabili con l'intervento in esame	
	POR Obiettivo competitività	IL POR non prevede iniziative riconducibili alle tematiche del presente intervento	

**CAPITOLO 8. VALUTAZIONE DI REALIZZAZIONE (PRODOTTO), RISULTATO E IMPATTO.  
VALUTAZIONE EX ANTE – INDICATORI DI PRODOTTO (PSR)**

MISURA	Indicatore	Valutazione	
		Valore	Motivazione
MISURA 411	Numero di progetti finanziati	6	Nell'intervento 1 è previsto il finanziamento di n. 5 progetti mentre nell'intervento 2 è previsto come beneficiario unico il GAL
	Numero dei beneficiari	6	I beneficiari corrispondono al numero dei progetti finanziati
MISURA 412	Numero di progetti finanziati	4	La misura 412 prevede un unico intervento con uno stanziamento di € 100.000,00 e la previsione di interventi di finanziamento pubblico di max € 50.000,00. Si prevede però che i progetti presentati possano anche di importi inferiori a tale cifra.
	Numero dei beneficiari	10	I beneficiari previsti sono superiori al numero dei progetti, in quanto si suppone che possano essere presentati progetti da parte di proprietari associati
MISURA 413	Numero di progetti finanziati	33	La misura 413 prevede n. 6 interventi: - Int. 1.1 si prevede la presentazione di n. 10 progetti - Int. 1.2 si prevede la presentazione di n. 8 progetti - Int. 1.3 si prevede la presentazione di n. 8 progetti - Int. 2.1 si prevede la presentazione di n. 3 progetti - Int. 3.1 si prevede la presentazione di n. 3 progetti - Int. 4.1 beneficiario è il GAL
	Numero dei beneficiari	37	Relativamente agli interventi 1.1,1.2 e 1.3 i beneficiari corrispondono al numero dei progetti. Per quanto riguarda gli interventi 2.1 e 3.1, essendo progetti integrati il numero dei beneficiari è pari ad almeno 2 per progetto. L'intervento 4.1 è realizzato direttamente dal GAL
	Numero posti letto creati	210	In base ad esperienze acquisite in merito attraverso la passata programmazione si stima in 210 il numero dei nuovi posti letto realizzati attraverso gli interventi 1.1,1.2 e 1.3
	Numero delle campagne di marketing territoriale	1	Il GAL, beneficiario del presente intervento, intende realizzare una campagna di marketing unica costituita da vari interventi integrati.
MISURA 421	Numero di progetti di cooperazione finanziati	3	La presente misura prevede n. 1 progetto interterritoriale e n. 2 progetti transnazionali tra loro collegati.
	Numero dei GAL e altri organismi assimilati che cooperano	35	Il partenariato previsto è particolarmente ampio in quanto si rivolge ai paesi dell'est di cui il territorio del GAL rappresenta un elemento di contatto anche fisico-geografico.
MISURA 431	Numero di azioni di animazione territoriale	8	Si prevede di fare attività di animazione per ogni intervento di cui non sia beneficiario il GAL. Un'attività di animazione, sebbene in misura ridotta, verrà infine realizzata per quanto concerne la cooperazione interterritoriale.

## VALUTAZIONE EX ANTE – INDICATORI DI RISULTATO (PSR)

MISURA	Indicatore	Valutazione	
		Valore	Motivazione
MISURA 411	Numero totale dei posti di lavoro creati	2	Gli interventi destinati alla filiera corta sono indirizzati alle aziende dell'area montana mediamente di ridotte dimensioni e pertanto si prevede un limitato aumento di posti di lavoro.
MISURA 412	Numero totale dei posti di lavoro creati	0	La natura degli interventi è tale da non creare nuove opportunità di lavoro dirette ma produrrà indotto su altre attività economiche.
MISURA 413	Numero nuovi pernottamenti/anno	24.400	Si è prevista una utilizzazione media dei nuovi posti letto creati di 110/120 giornate annue.
	Numero totale dei posti di lavoro creati	11	Per la misura 413 si prevede la creazione di n.11 posti di lavoro suddivisi tra gli interventi riguardanti l'affittacamere di tipo professionale, gli agriturismi, lo sviluppo di servizi di prossimità e la attraverso il progetto integrato per la realizzazione di servizi ricreativi e attività culturali
MISURA 421	Numero totale dei posti di lavoro creati	0	La natura degli interventi è tale da non creare nuove opportunità di lavoro ma produrrà indotto su altre attività economiche.

## VALUTAZIONE EX ANTE – INDICATORI DI IMPATTO (PSR e PSL)

MISURA	Indicatore	Valutazione	
		Valore	Motivazione
MISURA 410	Valore aggiunto netto espresso in PPS	0	
	Numero posti di lavoro a unità di tempo pieno creati	10	I posti di lavoro previsti dai singoli interventi del PSL sono in parte prevedibili come assunzione a tempo parziale.
MISURA 421	Numero totale dei posti di lavoro creati	0	La natura degli interventi è tale da non creare nuove opportunità di lavoro ma produrrà indotto su altre attività economiche.

## VALUTAZIONE EX ANTE – INDICATORI DI PRODOTTO (PSL)

MISURA	Indicatore	Valutazione	
		Valore	Motivazione
MISURA 411	Numero di progetti finanziati	6	Nell'intervento 1 è previsto il finanziamento di n. 5 progetti mentre nell'intervento 2 è previsto come beneficiario unico il GAL
	Numero dei beneficiari	6	I beneficiari corrispondono al numero dei progetti finanziati
	Numero di aziende che hanno introdotto la vendita diretta/filiera corta	5	Tutti i progetti presentati dovranno prevedere la vendita diretta
	Numero eventi enogastronomici realizzati	1	Si tratta di un evento unico per tutto il territorio diviso in più sezioni
MISURA 412	Progetti di valorizzazione di	2	Si ipotizza che 2 dei 4 progetti previsti vengano realizzati in aree di pregio (area di parco, aree natura 2000 ecc.)

	aree di pregio		
MISURA 413	Numero posti letto creati in fascia D	30	La realizzazione di nuovi posti letto in area montana è strategica e pertanto nelle aree D si concentrerà una parte importante delle iniziative di animazione
	Numero nuovi centri multiservizio creati	3	Si ipotizza la realizzazione di 3 centri ubicati nelle aree marginali del territorio
	Numero strutture a carattere ricreativo e culturale realizzate	3	Numero delle strutture che verranno realizzate
	Numero partecipazioni a fiere e manifestazioni	4	Si pensa di partecipare ad una fiera all'anno come momento di promozione dell'intera area
MISURA 421	Numero degli itinerari realizzati e/o promozionati	1	Si prevede la realizzazione di un itinerario che tocchi la maggior parte delle risorse e delle tipicità locali dell'area
MISURA 431	Numero di strumenti di comunicazione realizzati	20	8 file di power point, 12 comunicati stampa

#### VALUTAZIONE EX ANTE – INDICATORI DI RISULTATO (PSL)

MISURA	Indicatore	Valutazione	
		Valore	Motivazione
MISURA 411	Numero di aziende che hanno introdotto nuovi prodotti o processi	6	Si calcola che almeno 6 aziende introducano nuovi prodotti o processi
MISURA 412	Superficie interessata al recupero e valorizzazione (ha)	50	Si presume che la natura dei progetti previsti comporti interventi su aree di media dimensione
MISURA 413	Numero nuovi pernottamenti/anno	29.400	Si è prevista una utilizzazione media dei nuovi posti letto creati di 110/120 giornate annue.
	Numero nuove attività ricettive	10	Si prevede che saranno almeno 10 le nuove strutture ricettive di tipo non professionale realizzate sul territorio
	Aumento del valore aggiunto lordo di origine non agricola nelle aziende beneficiarie	+ 20%	Si prevede che l'aumento del valore aggiunto lordo nelle attività di agriturismo sia pari a 20%
	Incremento delle attività di ristorazione ed esercizi commerciali e spacci aziendali	+1,5%	Tutte le attività previste dalla misura 4.1.3 puntano all'incremento del flusso turistico con conseguente incremento dell'indotto con particolare riguardo al commercio, ai servizi ed alla ristorazione
	Numero delle persone che usufruiranno dei nuovi centri multiservizi	2.000	Si ritiene che gli acquirenti dei nuovi esercizi commerciali debbano raggiungere almeno le 2.000 unità al fine di garantire un minimo di sopravvivenza agli addetti ai punti vendita
	Numero delle persone che usufruiranno dei	15.000	Essendo strutture (3) destinate a funzionare in maniera continuativa - anche se limitatamente ai periodi stagionali di maggior afflusso - si ritiene possano

	servizi offerti dalle attività ricreative e culturali		raggiungere un utenza media di almeno 5.000 persone all'anno
	Numero servizi redazionale su media e stampa specializzati	8	La media di redazionali di una certa importanza ottenuti per singolo educational tour è valutabile in 4 uscite
	Incremento numero visite sul territorio	20.000	Le attività di marketing avranno anche il compito di incentivare le visite al territorio incrementando un flusso già esistente e distribuito su buona parte dell'anno.
MISURA 421	Numero di persone che utilizzano gli itinerari realizzati e/o promozionati	10.000	Gli itinerari sono una forma avanzata di organizzazione del prodotto turistico e quindi sono destinati a raggiungere – se adeguatamente promozionati - numeri interessanti anche nelle fasi iniziali e di avvio

## CAPITOLO 9. PROCEDURE ATTUATIVE DEL PSL.

### 9.1. Modalità.

Il seguente paragrafo descrive le modalità che saranno seguite dal GAL per la selezione dei progetti a bando, e per l'attuazione dei progetti del GAL. Il PSL non prevede progetti a regia del GAL.

#### a) Progetti a bando.

I bandi verranno definiti in conformità a quanto previsto dal Programma di Sviluppo Rurale, dal PSL e dalla normativa comunitaria e nazionale. Prima della definitiva approvazione dei bandi, da parte dell'organo di Amministrazione del Gal, gli stessi verranno inviati all'Amministrazione regionale per la richiesta del parere preventivo. I bandi saranno pubblicati agli albi pretori dei Comuni del territorio interessato e un estratto del bando verrà pubblicato attraverso stampa locale. Informazione sulla pubblicazione, inoltre, sarà data (tramite posta elettronica) ai partner della società. Alle Associazioni di categoria (partner della società) inoltre verrà inviata informativa per la pubblicazione sugli house organ. I bandi inoltre saranno pubblicati sul sito e all'albo della società.

La selezione dei progetti avverrà attraverso l'attribuzione di punteggi previsti in ogni singolo bando in base a quanto deliberato dall'Organo decisionale. Tali punteggi terranno conto delle priorità previste dal Programma di Sviluppo Rurale:

- incremento dell'occupazione
- imprenditoria femminile e giovanile
- investimenti in aree maggiormente svantaggiate del proprio territorio

I dipendenti della società, in concerto con le Associazioni di categoria, provvederanno ad effettuare la valutazione di progetti, in base a quanto previsto dal bando, a predisporre l'istruttoria tecnica amministrativa finalizzata alla selezione e al finanziamento dei progetti. Il Consiglio di Amministrazione del GAL provvederà all'approvazione della graduatoria.

Relativamente all'istruttoria tecnico amministrativa e ai controlli in loco, i dipendenti del Gal sono in possesso dei requisiti tecnico-professionali in quanto hanno svolto tale attività nel corso delle precedenti programmazioni.

Le graduatorie delle domande conterranno i dati dei progetti ammessi e finanziati, ammessi ma non finanziati per carenza di fondi e le motivazioni dell'esclusione dei progetti non ammessi. Tali graduatorie saranno pubblicate presso gli albi pretori dei comuni del territorio interessato, nonché presso l'albo e il sito della società.

A tutti i beneficiari verrà inviata comunicazione sull'esito della domanda presentata, sia essa ammissibile e finanziabile, ammissibile ma non finanziabile per carenza di fondi o esclusa indicandone la motivazione, allegandone copia della graduatoria. In tale comunicazione verrà indicata la data ultima per la firma della convenzione tra le parti per l'accettazione del contributo.

Il Direttore della società (o un dipendente della società che non abbia partecipato all'istruttoria del progetto) sarà incaricato ad effettuare i controlli in loco dei progetti conclusi, salvo, laddove necessario, avvalersi della collaborazione di tecnici esterni (principalmente dipendenti della Comunità Montana del Torre Natisone e Collio).

Per ogni intervento, verrà predisposto un fascicolo, contenente comunicazioni con l'Autorità di gestione, relativamente all'approvazione preventiva, delibere del Consiglio di Amministrazione relative all'approvazione del bando e della graduatoria. Ogni singolo progetto sarà archiviato in apposito dossier che a partire dalla domanda di contributo, conterrà tutte le comunicazioni tra Gal e beneficiario, tutte le delibere riguardanti variazioni, proroghe ecc. e la documentazione relativa alla chiusura del singolo progetto.

b) Progetti a regia del GAL. Non sono previsti

c) Attuazione dei progetti del GAL

Il PSL prevede 2 interventi nella Misura 410 attuati direttamente dal GAL :

1. Misura 411 "Competitività", intervento 2 "Realizzazione di interventi enogastronomici";
2. Misura 413 "Qualità della vita, diversificazione", azione 4 "Iniziative finalizzate al marketing territoriale, intervento 1 "Azioni di marketing per la promozione del prodotto territorio".

Il Psl prevede inoltre 3 progetti di cooperazione attuati direttamente dal GAL:

1. Cooperazione interterritoriale: Progetto ITEM
2. Cooperazione transnazionale : Progetto Gal INTERTOUR
3. Cooperazione transnazionale- commercializzazione integrata di territori e prodotti

Come previsto dall'art.60 comma 5 del Regolamento Generale (n. 054/Pres) i progetti ad attuazione del Gal verranno approvati dal Consiglio di Amministrazione e inviati all'Amministrazione Regionale per il previsto controllo preventivo.

L'attuazione di tali interventi terrà conto di quanto disposto dalla normativa in materia di appalti. Ogni decisione in merito alle procedure da seguirsi nel caso di appalti, conferimenti incarichi, sia per quanto riguarda gli avvisi pubblici, le procedure di selezione, le individuazione di fornitori ecc. sia l'affidamento a procedura esperita sono di esclusiva competenza del Consiglio di Amministrazione che provvederà anche ad ordinare le relative liquidazioni e pagamenti.

Il GAL in collaborazione con le associazioni di categoria, effettuerà l'istruttoria tecnico-amministrativa per la valutazione dei progetti presentati, richiedendo eventuali integrazioni. Al Consiglio di Amministrazione, Organo decisionale del GAL, verranno presentate le schede dei progetti, contenenti valutazione delle spese ammissibili, punteggi ottenuti e quantificazione del contributo concedibile. Il Consiglio di Amministrazione provvederà all'approvazione delle graduatorie. Il Direttore della Società (o eventualmente un dipendente che non abbia partecipato alla fase istruttoria) in seguito si occuperà di effettuare i controlli in loco per la verifica degli interventi effettuati. In caso di presenza di lavori edili (per esempio progetti di ricettività

turistica) verrà chiesto l'intervento di un tecnico esterno, che come nella precedente programmazione, probabilmente sarà il tecnico della Comunità Montana del Torre Natisone e Collio.

Il GAL TORRE Natisone S.c.a r.l. assegna alla Comunità, l'incarico di capofila amministrativo e finanziario (CAF) per la gestione delle provvidenze pubbliche che saranno assegnate per l'attuazione del Piano di Sviluppo Locale.

Spettano al CAF i seguenti compiti:

- Incassare i finanziamenti erogati dalla Regione e provvedere alla relativa gestione attraverso appositi capitoli di entrata e di spesa che saranno istituiti nell'ambito del proprio bilancio, fermo restando la piena responsabilità del GAL in merito alla destinazione finale dei finanziamenti;
- La liquidazione ed il pagamento dei contributi Leader a favore del GAL, per quanto attiene alle spese di gestione ed ai progetti in amministrazione diretta, a fronte delle decisioni del Consiglio di Amministrazione del GAL in merito all'assunzione della spesa e all'imputazione al PSL, previa l'opportuna verifica in merito alla correttezza delle procedure adottate.

## 9.2. Calendario

Di seguito sono riportati il cronoprogramma procedurale e il cronoprogramma finanziario del PSL

### 9.2.1 Cronoprogramma procedurale.

#### Misura 410 - Pubblicazione bandi

Misura/Azione/Intervento	Termine ultimo (data)
<b>Misura 411- Competitività</b>	
<i>Azione 1- Valorizzazione dei prodotti agricoli</i>	
Intervento 1- Investimenti aziendali volti alla commercializzazione diretta	GIUGNO 2009
Intervento 2- Realizzazione di eventi enogastronomici (progetto attuato dal GAL)	SETTEMBRE 2009
<b>Misura 412- Gestione dell'ambiente e territorio</b>	
<i>Azione 1- Cura e valorizzazione del paesaggio rurale</i>	
Intervento 1- Iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio del territorio rurale	FEBBRAIO 2010
<b>Misura 413- Qualità della vita diversificazione</b>	
<i>Azione 1- Ricettività turistica</i>	
Intervento 1- B.&B. e affittacamere non professionali	GIUGNO 2009
Intervento 2- affittacamere professionali	GIUGNO 2009
Intervento 3- realizzazione posti letto agrituristici	GENNAIO 2010
<i>Azione 2- Servizi di prossimità</i>	
Intervento 1- progetti integrati pubblico/privati e progetti singoli per la realizzazione di centri multiservizio	GENNAIO 2010
<i>Azione 3- Servizi e attività ricreative e culturali</i>	
Intervento 1- progetti integrati per la realizzazione di servizi ricreativi e culturali	GIUGNO 2009
<i>Azione 4- iniziative finalizzate al marketing territoriale</i>	
Intervento 1- azioni di marketing per la promozione del prodotto territorio	DICEMBRE 2009

## Misura 410 – Approvazione progetti

Misura/Azione/Intervento	Termine ultimo (data)
<b>Misura 411- Competitività</b>	
<i>Azione 1- Valorizzazione dei prodotti agricoli</i>	
Intervento 1- Investimenti aziendali volti alla commercializzazione diretta	AGOSTO 2009
Intervento 2- Realizzazione di eventi enogastronomici	SETTEMBRE 2009
<b>Misura 412- Gestione dell'ambiente e territorio</b>	
<i>Azione 1- Cura e valorizzazione del paesaggio rurale</i>	
Intervento 1- Iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio del territorio rurale	APRILE 2010
<b>Misura 413- Qualità della vita diversificazione</b>	
<i>Azione 1- Ricettività turistica</i>	
Intervento 1- B.&B. e affittacamere non professionali	AGOSTO 2009
Intervento 2- affittacamere professionali	AGOSTO 2009
Intervento 3- realizzazione posti letto agrituristici	MARZO 2010
<i>Azione 2- Servizi di prossimità</i>	
Intervento 1- progetti integrati pubblico/privati e progetti singoli per la realizzazione di centri multiservizio	MARZO 2010
<i>Azione 3- Servizi e attività ricreative e culturali</i>	
Intervento 1- progetti integrati per la realizzazione di servizi ricreativi e culturali	AGOSTO 2009
<i>Azione 4- iniziative finalizzate al marketing territoriale</i>	
Intervento 1- azioni di marketing per la promozione del prodotto territorio	DICEMBRE 2009

## Misura 410 – Chiusura progetti (approvazione finale della spesa a rendiconto)

Misura/Azione/Intervento	Termine ultimo (data)
<b>Misura 411- Competitività</b>	
<i>Azione 1- Valorizzazione dei prodotti agricoli</i>	
Intervento 1- Investimenti aziendali volti alla commercializzazione diretta	GIUGNO 2010
Intervento 2- Realizzazione di eventi enogastronomici	GIUGNO 2012
<b>Misura 412- Gestione dell'ambiente e territorio</b>	
<i>Azione 1- Cura e valorizzazione del paesaggio rurale</i>	
Intervento 1- Iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio del territorio rurale	APRILE 2011
<b>Misura 413- Qualità della vita diversificazione</b>	
<i>Azione 1- Ricettività turistica</i>	
Intervento 1- B.&B. e affittacamere non professionali	GIUGNO 2011
Intervento 2- affittacamere professionali	GIUGNO 2011
Intervento 3- realizzazione posti letto agrituristici	GIUGNO 2011
<i>Azione 2- Servizi di prossimità</i>	
Intervento 1- progetti integrati pubblico/privati e progetti singoli per la realizzazione di eventi multiservizio	DICEMBRE 2011
<i>Azione 3- Servizi e attività ricreative e culturali</i>	
Intervento 1- progetti integrati per la realizzazione di servizi ricreativi e culturali	DICEMBRE 2011
<i>Azione 4- iniziative finalizzate al marketing territoriale</i>	
Intervento 1- azioni di marketing per la promozione del prodotto territorio	DICEMBRE 2011

## 9.2.2 Cronoprogramma finanziario.

MISURE/AZIONI						
	2008	2009	2010	2011	2012	TOTALE
<b>MISURA 410- STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE</b>	-	162.796,83	844.936,83	655.593,66	62.796,83	1.726.124,15
<i>Misura 411- Competitività</i>	-	77.796,83	179.936,83	55.593,66	27.796,83	341.124,15
Azione 1- Valorizzazione dei prodotti agricoli - Investimenti volti alla commercializzazione diretta		50.000,00	124.343,17	-	-	174.343,17
Azione 1- Valorizzazione dei prodotti agricoli - Realizzazione di eventi enogastronomici		27.796,83	55.593,66	55.593,66	27.796,83	166.780,98
<i>Misura 412- Gestione dell'ambiente/ territorio</i>	-	-	20.000,00	80.000,00	-	100.000,00
Azione 1- Cura e valorizzazione del paesaggio rurale- iniziative di recupero e valorizzazione del paesaggio del territorio rurale		-	20.000,00	80.000,00		100.000,00
<i>Misura 413- Qualità della vita/ diversificazione</i>	-	85.000,00	645.000,00	520.000,00	35.000,00	1.285.000,00
Azione 1- Ricettività turistica- B.&B. e Affittacamere non professionali	-	15.000,00	190.000,00	45.000,00		250.000,00
Azione 1- Ricettività turistica- Affittacamere professionali		25.000,00	100.000,00	125.000,00	-	250.000,00
Azione 1- Ricettività turistica- agriturismi	-	-	25.000,00	175.000,00	-	200.000,00
Azione 2- Servizi di prossimità- progetti integrati per la realizzazione di centri multiservizi	-		30.000,00	50.000,00	-	80.000,00
Azione 3- Servizi e attività ricreative e culturali- Realizzazione di servizi ricreativi e culturali	-	25.000,00	250.000,00	75.000,00		350.000,00
Azione 4- Iniziative finalizzate al marketing territoriale- marketing per la promozione del territorio	-	20.000,00	50.000,00	50.000,00	35.000,00	155.000,00
<b>MISURA 421-COOPERAZIONE INTERTERRITORIALE E TRANSNAZIONALE</b>	-	17.954,63	38.500,00	42.000,00	18.000,00	116.454,63
Cooperazione interterritoriale- Progetto ITEM		5.954,63	8.500,00	12.000,00	10.000,00	36.454,63
Cooperazione transnazionale- Progetto GAL INTERTOUR		6.000,00	15.000,00	15.000,00	4.000,00	40.000,00
Cooperazione transnazionale- Commercializzazione integrata di territori e prodotti		6.000,00	15.000,00	15.000,00	4.000,00	40.000,00
<b>MISURA 431-GESTIONE DEL GAL, ACQUISIZIONE DI COMPETENZE, ANIMAZIONE</b>	55.000,00	164.000,00	164.000,00	59.511,07	42.373,15	484.884,22
1- Costi di gestione del GAL	45.000,00	120.000,00	120.000,00	48.511,07	35.000,00	368.511,07
2- Acquisizione di competenze		4.000,00	4.000,00	1.000,00		9.000,00
3- Animazione sul territorio	10.000,00	40.000,00	40.000,00	10.000,00	7.373,15	107.373,15
<b>TOTALE</b>	55.000,00	344.751,46	1.047.436,83	757.104,73	123.169,98	2.327.463,00

### 9.3. Durata

Il termine di conclusione del PSL è previsto per il 30 giugno 2012.

### 9.4. Capofila amministrativo e finanziario.

Il GAL TORRE Natisone S.c.a r.l. si avvale di capofila amministrativo e finanziario, Comunità Montana del Torre Natisone e Collio.

#### a) Denominazione ufficiale o ragione sociale del capofila:

##### **Comunità Montana del Torre, Natisone e Collio**

C.F. P. IVA	Con sede in	Via	n°	Cap	Provincia
02287530303	San Pietro al Natisone	Arengo della Slavia	1	33049	(UD)

#### b) Atto di formalizzazione dell'affidamento e accettazione della funzione:

Il GAL Torre Natisone con nota prot n. 643/08 del 31/07/2008 ha richiesto la disponibilità della Comunità Montana del Torre, Natisone e Collio ad assumere funzione di capofila amministrativo e finanziario;

La Comunità Montana del Torre, Natisone e Collio con delibera di Giunta n. 113 del 29/09/2008 ha assunto la funzione di Capofila Amministrativo e Finanziario (CAF) nei confronti del GAL Torre Natisone e approvato lo schema di convenzione regolante i rapporti fra le parti.

In data 14 ottobre 2008 è stata stipulata la "convenzione per la regolamentazione dei rapporti tra il Gruppo di Azione Locale "Torre Natisone" e la Comunità Montana del Torre Natisone e Collio relativi alle attività di capofila amministrativo e finanziario ai sensi del DGR 054 del 12/02/2008 Titolo VII: disposizioni per l'attuazione dell'asse 4 Leader articolo 50 comma 3".

#### c) Compiti del capofila:

Il GAL TORRE Natisone S.c.a r.l. assegna alla Comunità l'incarico di capofila amministrativo e finanziario (CAF) per la gestione delle provvidenze pubbliche che saranno assegnate per l'attuazione del Piano di Sviluppo Locale.

La gestione delle suddette sovvenzioni viene disciplinata proceduralmente tenendo presente che l'obiettivo primario è la realizzazione efficace e tempestiva delle azioni, delle iniziative o degli interventi compresi nel PSL.

Spettano al CAF i seguenti compiti:

- Incassare i finanziamenti erogati dalla Regione e provvedere alla relativa gestione attraverso appositi capitoli di entrata e di spesa che saranno istituiti nell'ambito del proprio bilancio, fermo restando la piena responsabilità del GAL in merito alla destinazione finale dei finanziamenti;
- La liquidazione ed il pagamento dei contributi Leader a favore del GAL, per quanto attiene alle spese di gestione ed ai progetti in amministrazione diretta, a fronte delle decisioni del Consiglio di Amministrazione del GAL in merito all'assunzione della spesa e all'imputazione al PSL, previa l'opportuna verifica in merito alla correttezza delle procedure adottate.

Il CAF provvederà all'erogazione dei finanziamenti pubblici sulla base delle decisioni di liquidazione dei finanziamenti medesimi assunte dal GAL e da quest'ultimo comunicate al CAF per iscritto con allegazione di copia dei relativi verbali e previa verifica, sulla base di quanto risultante dalle copie dei verbali trasmessi, della regolarità formale di tali decisioni.

Tra le spese di gestione del GAL si intendono ricomprese le attività che, secondo quanto previsto dal Piano di Sviluppo Locale di cui sopra, gli spettano direttamente; e pertanto attività di gestione per l'attuazione del PSL compreso il relativo acquisto di attrezzature informatiche e telematiche, interventi di informazione locale e sensibilizzazione, predisposizione di materiale informativo, ecc.

d) **Responsabilità del capofila nei confronti dei beneficiari e dei cofinanziatori (Commissione europea, Stato e Regione).**

Il CAF è responsabile della gestione finanziaria e risponde dell'uso delle risorse trasferite ad esso a nome e per conto del GAL ed in particolare è tenuto alla restituzione di somme ad esso erogate a seguito di revoca parziale o totale dei finanziamenti concessi al GAL, maggiorate degli eventuali interessi calcolati a norma di legge.

## CAPITOLO 10. DESCRIZIONE DEL GAL

### 10.1. Costituzione e compagine.

#### a) forma giuridica

Torre Natisone GAL è una Società Consortile a responsabilità limitata.

#### b) atto costitutivo

Con atto del notaio Paolo Alberto Amodio di data 26 maggio 2005 (numero di repertorio 180440 e numero di raccolta 37972) le società **Natisone GAL** e **Torre Leader** si sono fuse ed hanno costituito la società **Torre Natisone GAL Società Consortile a responsabilità limitata**.

#### c) compagine (elenco dei partner o soci; quota posseduta per ogni socio):

ENTE - SOCIETA'		Quota di partecipazione in €	ricostituzione capitale sociale in €	Sovrapprezzo a copertura perdite in €	%	Quota pubblica	Quota privata
1	Comunità Montana del Torre, Natisone e Collio	60.260,69	14.705,70	45.554,99	64,95	X	
2	Agenzia per lo sviluppo economico della montagna - AGEMONT S.p.a.	5.499,48	1.342,06	4.157,42	5,93	X	
3	Associazione tra le Pro Loco del F. V. G.	3.622,69	884,06	2.738,63	3,9		X
4	Consorzio Tutela Ramandolo	409,78	100,01	309,78	0,44		X
5	Associazione Volontaria tra Viticoltori di Refosco	409,78	100,01	309,78	0,44		X
6	Federazione Provinciale C. D. di Udine	2.516,01	613,99	1.902,02	2,71		X
7	Gruppo Esploratori e Lavoratori Grotte di Villanova	2.131,66	520,20	1.611,46	2,3		X
8	Confartigianato Udine Servizi s.r.l.	2.131,66	520,20	1.611,46	2,3		X
9	Banca Credito Coop. Manzano (Ud) Soc. Coop.	2.612,45	637,53	1.974,92	2,82		X
10	Banca di Cividale S.p.A.	5.000,00	1.220,17	3.779,83	5,39		X
11	Azienda speciale "Imprese e Territorio" (Camera di Commercio Ind. A.A. Udine)	1.044,70	254,94	789,76	1,13	X	
12	C.N.A. Conf. Nazionale dell'Artigianato	1.044,70	254,94	789,76	1,13		X
13	Latteria Sociale di Cividale e Valli del Natisone Soc. Coop. Agricola	2.090,10	510,06	1.580,04	2,25		X
14	Slovenski delzelni zavod za poklicno izobrazevanje - Istituto Regionale Sloveno Istruzione Professionale IRSIP - SDZPI	1.500,00	366,05	1.133,95	1,62		X
15	ENFAP FVG Ente Nazionale Formazione e Addestramento Professionale	1.500,00	366,05	1.133,95	1,62		X
16	Kmečka Zveza - Ass. Agricoltori	1.000,00	244,03	755,97	1,08		X
<b>TOTALE</b>		<b>92.773,70</b>	<b>22.640,00</b>	<b>70.133,73</b>	<b>100</b>	<b>72,01</b>	<b>27,99</b>

Tutti i quotisti sono “insediati a livello locale” in quanto o aventi sede ed attività in loco o – comunque – referenti e sedi locali che riferiscono parte dell’attività al territorio del PSL.

Le attività svolte da tali soggetti coprono l’ampio ventaglio delle attività e degli interessi che coinvolgono il territorio.

#### d) registro delle imprese

Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Udine :

Codice fiscale e numero di iscrizione: 02392590309

Data di iscrizione: 10/06/2005

Iscritta nella sezione ordinaria al numero di Repertorio Economico Amministrativo: 257219

Denominazione: Torre Natisone Gal Soc. Cons. a R.L.

Costituita con atto del 26/05/2005

Durata della società: 31/12/2020

## 10.2. Amministratori.

La responsabilità delle decisioni finali sulla selezione e approvazione dei progetti finanziabili spetta per statuto al Consiglio di Amministrazione.

L’Assemblea della società con verbale del 29 settembre 2008 ha nominato il Consiglio di Amministrazione composto da cinque membri dando mandato allo stesso di eleggere il Presidente e il Vicepresidente.

Il Consiglio di amministrazione n° 30.01 del 06 ottobre 2008 ha deliberato di nominare alla carica di Presidente della società il consigliere Achille Gaudio e il consigliere Paolo Contento alla carica di Vicepresidente;

Il Consiglio di amministrazione della società risulta così composto:

Carica	Nominativo	Soci rappresentati
<b>Presidente</b>	Achille Gaudio	Comunità Montana del Torre, Natisone e Collio
<b>Vicepresidente</b>	Paolo Contento	Coldiretti
<b>Consigliere</b>	Braida Lucia	Gruppo Esploratori e Lavoratori Grotte di Villanova
<b>Consigliere</b>	Bordon Simone	Comunità Montana del Torre, Natisone e Collio
<b>Consigliere</b>	Daniela Beltramini	Associazione tra le Pro Loco del Friuli Venezia Giulia

## 10.3. Organigramma

Il GAL si avvale della collaborazione di n°3 dipendenti assunti con contratti a tempo indeterminato:

### DIRETTORE

Il dott. Guglielmo Favi è laureato in giurisprudenza: come libero professionista ha svolto mansioni di direttore presso il Gruppo di Azione Locale Open Leader S.C. a r.l. di Pontebba con incarico a partire dal 01/07/1999 e con contratto di assunzione, quadro a tempo indeterminato, part-time 20 ore settimanali, dal 01/01/2004. Con nota prot. OL 218/08 del 26/02/2008 il dott. Favi si è dimesso dal ruolo di Direttore (proposta

accettata dal Consiglio di Amministrazione come da delibera n. 102/4 di stessa data). Il dott. Favi resta responsabile dell'animazione prevista dal Piano di Marketing relativo all'azione III.1 del PSL "Le attività di marketing e promozionali", approvato dalla Regione con nota Prot. n. RAF/2.i/47694 del 10 maggio 2004 e nota Prot. n. RAF/4/13.17/0002765 del 14 gennaio 2008.

In data 16 luglio 2003 la Società Torre Leader S.C. a r.l. con deliberazione del CDA n 6 del 16/07/2003, ha conferito l'incarico di direzione della società al Sig. Guglielmo Favi.

Il direttore della società dott. Guglielmo Favi è dipendente a tempo parziale 20 ore settimanali della medesima con decorrenza 1 gennaio 2004 come da deliberazioni n. 47 del 01/12/03 (Reincarico direttore Torre Leader) e n. 54 del 22/12/03 (Reincarico direttore Torre Leader).

A partire dal 01/07/2008 è dipendente a tempo pieno a 40 ore settimanali della società ora Torre Natisone GAL.

### **IMPIEGATO 1**

La signora Enrichetta Pinosa è dipendente a tempo pieno della società Torre Leader s. cons. a r. l. ora Torre Natisone GAL dal 18 settembre 2000, impiegata 2° livello con mansioni di addetta alle attività amministrativo-contabili. È in possesso del diploma di maturità commerciale.

### **IMPIEGATO 2**

La signora Nadia Colautti è dipendente a tempo parziale 25 ore settimanali della società Torre Leader s. cons. a r. l. ora Torre Natisone GAL dal 01 febbraio 2002 con mansioni di segretaria addetta promozione - impiegata 2° livello. Dal 10/10/1990 al 04/06/1991 ha lavorato come impiegata 4° livello - con mansioni di addetta ufficio marketing; dal 01/03/1987 al 07/03/1990 come impiegata 5° livello.

È in possesso di:

- ✓ Diploma di maturità;
- ✓ Qualifica di *"Tecnico della progettazione grafica integrata"* conseguita presso ENAIP di Pasion di Prato UD anno scolastico 1996.
- ✓ Ha frequentato un corso relativo all'acquisizione di Strumenti per il Webmastering presso ENAIP di Pasion di Prato UD anno 2000.

Dispone di buone capacità di utilizzo dei principali programmi di maggiore diffusione ed uso database quali: Word, Exel, Access, Power Point, Publisher, Outlook;

e dei programmi di grafica e web mastering su sistemi operativi Windows e Mac-Os quali: Photoshop, Illustrator, Indesign, Acrobat, Dreamweaver.

## **10.4. Dotazioni strumentali.**

Il GAL utilizza 3 computer in rete con un 1 server

1 stampante/fax multifunzione + 1 stampante LaserJet

## 10.5. Attività in corso e previste per il periodo 2007-2013

Attualmente il GAL sta completando in collaborazione con il capofila Open Leader, all'interno dell'ATS Alpi e Prealpi Giulie, l'omonimo piano di sviluppo locale a valere sui fondi Leader + (2000-2006).

La Comunità Montana del Torre Natisone e Collio ha in corso di affidamento un incarico per la realizzazione e gestione di un "Ufficio affari Europei" a servizio della Comunità Montana medesima, degli Enti pubblici locali, delle imprese, delle Associazioni, dei cittadini ecc. .

## CAPITOLO 11. FUNZIONAMENTO DEL PARTENARIATO.

È sempre stata preoccupazione costante della società Torre Natisone Gal mantenere sempre un livello di informazione alto e di coinvolgere sia la base sociale (che è altamente rappresentativa del territorio) sia le componenti “esterne” e la popolazione. La stesura del PSL in particolare è stata effettuata in collaborazione con tali soggetti ed in tale sede si sono avviati rapporti di collaborazione importanti sia con gli EE PP che con le associazioni di categoria. Particolarmente stretti sono i rapporti con le Comunità Montana (che ha espresso il Presidente della società) con cui esiste una collaborazione costante e con Confagricoltura (che recentemente ha espresso anche il Vicepresidente della società).

Il PSL è il risultato di consultazioni con i soci quotisti che sono la naturale premessa ad una collaborazione anche nel corso della sua realizzazione. Già nel PSL LEADER+ si sono fatte delle interessanti esperienze relativamente all’esame delle domande presentate a bando nel settore dell’agricoltura (Azione I.1 del PSL LEADER+ - Progetto 2) che è stata condotta assieme alle organizzazioni di categoria.

Nel corso della realizzazione del PSL ASSE IV Torre Natisone GAL si intende riprendere tale utile esperienza estendendola a tutte le fasi di realizzazione del PSL.

Verranno pertanto previste le forme di collaborazione di volta in volta più opportuna ai fini del coinvolgimento del partenariato nelle seguenti fasi di attuazione della strategia di sviluppo rurale:

- a) animazione, prevedendo il ruolo del partenariato nelle attività di cui alla misura 431;
- b) valutazione, prevedendone la periodicità e la correlazione con l’esame formale dello stato di attuazione del PSL;
- c) attività di informazione, che avrà il ruolo duplice di informare periodicamente la compagine sociale dell’attività del GAL e di informare – in collaborazione con la medesima - gli operatori e la popolazione della pubblicazione dei bandi e delle altre attività previste dal PSL;
- d) eventuale revisione della strategia di sviluppo locale.

Al fine di dare costanza a dette attività si intende indire periodicamente degli incontri, del tipo “tavolo di lavoro” con la partecipazione dell’intera compagine sociale, in cui analizzare a tappeto tutte le problematiche eventualmente insorte, per monitorare lo stato di avanzamento del PSL e per ricavare indicazioni utili alla sua migliore attuazione. Detti incontri avverranno con periodicità almeno annuale.

In particolare tali tavoli verranno convocati per l’esame delle bozze dei bandi prima del loro invio all’autorità di gestione per il prescritto esame.

### **1 Misure di informazione rivolte ai potenziali beneficiari e ai beneficiari**

#### *1.1. Misure di informazione rivolte ai potenziali beneficiari*

Il GAL diffonderà, con un intento di trasparenza, le più ampie informazioni possibili sulle opportunità di cofinanziamento da parte della Comunità e dello Stato nell'ambito del PSL.

A tal fine, il GAL provvede affinché al PSL sia data ampia diffusione e siano resi noti i contributi finanziari del FEASR e il programma stesso sia messo a disposizione degli interessati.

Il GAL fornisce ai potenziali beneficiari informazioni chiare, esaurienti e aggiornate sui seguenti aspetti:

- a) le procedure amministrative da seguire per poter ottenere finanziamenti nell'ambito del PSL;
- b) le procedure di esame delle domande di finanziamento;
- c) le condizioni di ammissibilità e/o i criteri di selezione e valutazione dei progetti sovvenzionabili;
- d) i nomi delle persone o gli uffici presso i quali è possibile ottenere spiegazioni su come funziona il PSL e sui criteri di selezione e valutazione delle domande di finanziamento.

Il GAL provvede affinché i partner facenti parte della compagine sociale siano coinvolti nel processo di informazione dei potenziali beneficiari, in particolare:

- a) autorità locali e regionali;
- b) organizzazioni professionali;
- c) parti economiche e sociali;
- d) organizzazioni non governative, segnatamente organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e organizzazioni ambientaliste;
- e) centri d'informazione sull'Europa;

#### *1.2. Misure di informazione rivolte ai beneficiari*

Il GAL provvede affinché i beneficiari a cui viene notificata l'attribuzione dell'aiuto siano informati che l'azione fa parte di un programma cofinanziato dal FEASR e sia portato a loro conoscenza l'asse prioritario del PSR .

### **2. Misure di informazione e pubblicità rivolte al pubblico**

Il GAL prenderà tutte le disposizioni necessarie per informare e sensibilizzare il pubblico sulle misure finanziate nel quadro del PSL a norma del regolamento CE 1974/2006.

#### *2.2. Competenze dei beneficiari*

Per gli investimenti finanziati dal PSL che comportano investimenti di costo complessivo superiore a EUR 50 000, il beneficiario è tenuto ad affiggere una targa informativa. Una targa informativa sarà affissa anche presso le sedi del GAL. I cartelli e le targhe recano una descrizione del progetto/dell'operazione slogan e logo. Queste informazioni occupano almeno il 25 % dello spazio del cartello o della targa.

### **3. Caratteristiche tecniche delle azioni informative e pubblicitarie**

#### *3.1. Slogan e logo*

Ogni azione informativa e pubblicitaria conterrà i seguenti elementi:

— la bandiera europea conforme alle specifiche grafiche di cui al punto 4 dell'allegato VI del reg. CE 1974/2006 cit., corredata di una spiegazione del ruolo della Comunità mediante la seguente dicitura:

«Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali»;

— il logo di Leader.

#### *3.2. Materiale di informazione e comunicazione*

— Le pubblicazioni (opuscoli, pieghevoli, bollettini, ecc.) e i manifesti concernenti le misure e gli interventi cofinanziati dal FEASR recheranno, sul frontespizio, una chiara indicazione della partecipazione comunitaria e l'emblema della Comunità, qualora vi figurino anche l'emblema nazionale o regionale. Le pubblicazioni menzioneranno l'organismo il GAL designato per l'esecuzione dell'intervento in questione e responsabile dell'informazione.

— I criteri di cui al primo trattino si applicano, per analogia, anche al materiale comunicato per via elettronica (sito web, banca di dati ad uso dei potenziali beneficiari) e al materiale audiovisivo. In sede di elaborazione del piano di comunicazione si terrà conto delle nuove tecnologie, che consentiranno una diffusione rapida ed efficace delle informazioni e favoriranno il dialogo con un vasto pubblico.

Il sito web del GAL :

— menzionerà il contributo del FEASR almeno nella pagina iniziale;

— recherà un link al sito web della Regione FVG e della Commissione dedicato al FEASR.