



Favorire la diffusione dei risultati e la trasparenza di LEADER in Italia

L'approccio LEADER: stato dell'arte e prospettive future

Roma, 16 ottobre 2012

Massimo Di Rienzo

Rete Rurale Nazionale, Task Force LEADER

m_dirienzo@hotmail.com



- **L'articolo n. 76 del Reg. CE n. 1698/05**, comma 2, lett. c) prevede che le Autorità di Gestione dei vari Programmi di Sviluppo Rurale (PSR) provvedano ad informare il pubblico sul ruolo svolto dall'Unione Europea nell'ambito del PSR e dei relativi risultati.
- Inoltre il **Reg. CE n. 1974/06 all'art. 58 al comma 3** prevede norme particolareggiate per l'informazione e la pubblicità del programma e rimanda per queste al suo **allegato VI**



Reg. CE n. 1974/06

ALLEGATO VI

INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ SUL SOSTEGNO DA PARTE DEL FEASR (DI CUI ALL'ARTICOLO 58, PARAGRAFO 3)

2.1. *Competenze dell'autorità di gestione*

- L'autorità di gestione **informa il pubblico** dell'**adozione** del programma di sviluppo rurale da parte della Commissione e dei relativi **aggiornamenti**, dei **principali esiti** del programma e della sua **conclusione**.
- A partire dal 2008, l'autorità di gestione pubblica, **almeno annualmente** (per via elettronica o in altre forme), **l'elenco dei beneficiari** di un sostegno nel quadro del programma di sviluppo rurale, il **titolo delle operazioni e gli importi della partecipazione pubblica** assegnati a tali operazioni.



Reg. CE n. 1974/06

ALLEGATO VI

INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ SUL SOSTEGNO DA PARTE DEL FEASR (DI CUI ALL'ARTICOLO 58, PARAGRAFO 3)

2.2. *Competenze dei beneficiari*

- Per le operazioni dei programmi di sviluppo rurale che comportano investimenti (nelle aziende agricole o nelle imprese alimentari) di costo complessivo superiore a EUR 50 000, il beneficiario è tenuto ad affiggere una **targa informativa**.
- Nei luoghi in cui sorgono infrastrutture di costo complessivo superiore a EUR 500 000 deve essere affisso un **cartello**.
- Una **targa informativa** sarà affissa anche presso le sedi dei gruppi di **azione locale** finanziati dall'asse 4.



Target: GRANDE PUBBLICO

informare sui
programmi operativi e
sull'accesso agli stessi

Target: GRANDE PUBBLICO

Rendere **trasparente** il
sostegno fornito
attraverso un elenco
degli interventi

informare in merito alle
opportunità di finanziamento

Target: POTENZIALI BENEFICIARI

pubblicizzare il ruolo e
le realizzazioni

Target: GRANDE PUBBLICO



ADEMPIMENTI vs. STILI COMUNICATIVI

- Gli obblighi di informazione e comunicazione sono **adempimenti** a cui AdG e GAL sono chiamati ad ottemperare per la **tutela di un interesse generale di accessibilità** alle informazioni e di rendicontazione ai contribuenti europei.
- Da un lato si **informano** i cittadini, gli operatori economici, i portatori di interesse, le amministrazioni pubbliche locali delle opportunità offerte dai fondi, dall'altro, attraverso le opere realizzate o i servizi messi a disposizione con i fondi, si **promuove l'immagine** dell'Europa presso le comunità locali.

(segue)



ADEMPIMENTI vs. STILI COMUNICATIVI

(segue)

- Ad un livello superiore si collocano, invece, tutti quegli **atteggiamenti e comportamenti** che l'Adg o il GAL, può scegliere o meno di attuare in conformità ad un proprio **codice etico o ad uno stile organizzativo** che lo contraddistingue e che pone come elemento di eccellenza il fatto che nello svolgimento delle proprie funzioni esso opera nel **rispetto della chiarezza e comprensibilità della sua azione.**



OPENNESS vs. TRASPARENZA

Openness

Trasparenza

Accessibilità

Pubblicazione
dei dati

Comunicazione
dialogica

Partecipazione

Semplificazione

Chiarezza e
comprensibilità

COMUNICAZIONE vs. ANIMAZIONE

Comunicazione
/Pubblicità

Animazione

Idea di sviluppo

Accompagnamento

Reti locali, nazionali
e europee

Incontri pubblici

Loghi

Targhe/Cartelli





Perchè una analisi dei siti web dei GAL?

Come Rete Rurale Nazionale abbiamo bisogno di conoscere nel dettaglio l'attività dei GAL, i loro progetti, i risultati che vengono conseguito, perché molto spesso queste informazioni ci vengono richieste dalle altre reti europee, dalla Commissione europea o per svolgere la nostra abituale attività di illustrazione del metodo e di valorizzazione e scambio delle esperienze.



Siamo partiti da due semplici domande...

- i GAL danno informazione su se stessi e, cioè, sul loro funzionamento e sul loro operato?
- i GAL danno informazioni sulle azioni di sviluppo messe in campo?

...ma la realtà era molto più complessa e avevamo bisogno di una griglia di analisi più raffinata...



...ci siamo chiesti...

Il sito principalmente è rivolto a:

- target **locale**
- target **esterno al territorio**
- ai **beneficiari** del GAL

Il sito ha principalmente una impostazione:

- “**statica**” (comunicazione unidirezionale dal GAL verso il territorio e gli attori locali);
- “**dinamica**” (comunicazione bidirezionale/partecipativa da/verso il GAL – da/verso gli attori locali);

I contenuti del sito sono rivolti principalmente a un pubblico:

- “**esperto**”
- “**generalista**”



...abbiamo trovato degli ottimi spunti...

- L'azione di monitoraggio, analisi e valutazione dei siti dei GAL della Sardegna è stata richiesta a LAORE dal **Servizio Sviluppo locale dell'Assessorato Agricoltura della Regione** che per l'Autorità di Gestione del PSR coordina l'approccio LEADER
- È il sito web del **GAL Marghine** che viene preso come punto di riferimento
- La periodicità del monitoraggio è **trimestrale**, i risultati del monitoraggio vengono diffusi e discussi in **riunioni plenarie con tutti i GAL e il Servizio Sviluppo locale**
- Anche se qualche GAL lo ha percepito come un obbligo si può dire che in generale si è scatenata una **competizione virtuosa**

Intervista a...

Giampietro Carboni, Agenzia LAORE Sardegna, Approccio LEADER, ottobre 2012



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

- 1. INFORMAZIONE E TRASPARENZA**
- 2. GESTIONE DEL PSL**
- 3. ANIMAZIONE**



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

1. INFORMAZIONE E TRASPARENZA

- Per prima cosa il sito web di un GAL dovrebbe dirci **cosa è un GAL**, a cosa serve, quali sono gli elementi che lo contraddistinguono, da quali politiche (e da quali risorse finanziarie) prende vita e si sviluppa nel tempo.
- Inoltre, **da chi è composto**, quale è la sua **modalità di funzionamento** (la *governance* e le regole di funzionamento) quali sono i suoi interlocutori sul territorio, **cosa fa esattamente** e quale è la sua **idea di sviluppo** in un determinato territorio.



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

1. INFORMAZIONE E TRASPARENZA

4 sezioni (o sotto-aree)

1. Informazioni sul GAL
2. Informazioni generali sui progetti e le attività
3. Informazioni sui risultati conseguiti
4. Informazioni sulla strategia di sviluppo



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

1. INFORMAZIONE E TRASPARENZA

4 sezioni (o sotto-aree)

1. Informazioni sul GAL

Affermazioni:

- Sono descritti compiti e finalità del GAL
- Sono presenti i documenti che regolano il funzionamento del GAL (statuto, regolamenti, ecc.)
- E' descritta la struttura tecnica-amministrativa (Direttore, animatori, etc)
- E' presente l'informazione sulla composizione del partenariato
- Sono descritte e calendarizzate le attività del GAL (riunioni e delibere delle assemblee, dei CdA, comunicazioni dell'AdG, ecc.)
- E' presente un archivio delle attività/eventi svolte
- Sono presenti informazioni sulle procedure per l'adesione ai GAL



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

1. INFORMAZIONE E TRASPARENZA

4 sezioni (o sotto-aree)

1. Informazioni sul GAL

Primi risultati:

- Una particolare attenzione deve essere fornita alle informazioni relative alle **procedure di adesione al GAL**, laddove previste dallo statuto o dal regolamento. Esse dovrebbero essere sempre presenti e ben visibili per garantire al GAL la **massima apertura possibile** agli attori territoriali.
- Dall'analisi web risulta che **un ristretto numero di GAL hanno il portale completo di tutte le informazioni**. Spesso, invece, risultano incomplete le informazioni in merito, ad esempio, al Consiglio di Amministrazione o il collegio sindacale o la stessa struttura organizzativa o altre informazioni fondamentali.



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

1. INFORMAZIONE E TRASPARENZA

4 sezioni (o sotto-aree)

2. Informazioni generali sui progetti e le attività

Affermazioni:

- Sono pubblicati i bandi dei GAL
- Sono pubblicate le graduatorie dei beneficiari selezionati
- E' descritta l'area di intervento del GAL, i comuni, la mappa del territorio
- E' presente un sistema di georeferenziazione
- Sono descritti i progetti in corso
- Sono presenti documenti sullo stato di avanzamento delle attività del GAL
- E' presente l'informazione su quello che succede nel territorio che ha attinenza con le attività e i compiti del GAL (es. iniziative legate allo sviluppo locale organizzate da altri soggetti, opportunità per gli imprenditori, per i cittadini, per i giovani, gli Enti Locali, ecc)



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

1. INFORMAZIONE E TRASPARENZA

4 sezioni (o sotto-aree)

2. Informazioni generali sui progetti e le attività

Primi risultati:

- Un aspetto fondamentale che, come ci dimostra l'analisi viene spesso sottovalutato dai GAL, è la capacità di **descrivere i progetti in corso** (in realtà la stessa considerazione vale anche per i progetti realizzati). Il titolo del progetto non basta e nemmeno la sua collocazione in un territorio.
- Ai fini del cosiddetto "effetto trasparenza" vale, ad esempio, il **legame che il progetto ha con la strategia di sviluppo locale**, il **costo totale dell'intervento**, i **soggetti attuatori**, la **rappresentazione fotografica** degli interventi anche solo progettati, eventualmente una semplice rappresentazione di **cosa c'era prima e di cosa ci sarà dopo**.



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

1. INFORMAZIONE E TRASPARENZA

4 sezioni (o sotto-aree)

3. Informazioni sui risultati conseguiti

Affermazioni:

- Programmazione 2007-2103 - Sono presenti informazioni sulle attività realizzate e i risultati conseguiti
- Precedenti programmazioni LEADER - Sono presenti informazioni sulle attività realizzate e i risultati conseguiti
- Altre attività/progetti GAL - Sono presenti informazioni sulle attività realizzate e i risultati conseguiti



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

1. INFORMAZIONE E TRASPARENZA

4 sezioni (o sotto-aree)

3. Informazioni sui risultati conseguiti

Primi risultati:

- In assoluto questa area di indagine che pure è tra le più importanti, registra i **valori più bassi**.
- L'informazione sui risultati del GAL anche su una scala temporale che ricomprenda un ciclo di programmazione fornisce **credibilità al metodo LEADER ed ai suoi attori**.



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

1. INFORMAZIONE E TRASPARENZA

4 sezioni (o sotto-aree)

4. Informazioni sulla strategia di sviluppo

Affermazioni:

- E' consultabile il PSL integrale
- E' stata inserita una sintesi del PSL e la descrizione delle misure



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

1. INFORMAZIONE E TRASPARENZA

4 sezioni (o sotto-aree)

4. Informazioni sulla strategia di sviluppo

Primi risultati:

- Immane il documento in **.pdf** del Piano di Sviluppo Locale in cui è contenuta la strategia di sviluppo locale perseguita dal GAL. Documentazione di non facile lettura vista la mole del documento ed il particolare linguaggio che contraddistingue piani, progetti, programmi ad uso dei tecnici e non ad uso del pubblico.
- Si impone, quindi, una operazione di “traduzione”, dal tecnicismo esasperato alla divulgazione attraverso, ad esempio, **sintesi del documento** maggiormente comprensibili, oppure costruendo una “**navigazione**” del testo, mettendo sempre bene in evidenza la strategia di sviluppo locale che il PSL persegue.



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

2. GESTIONE DEL PSL

- Si parla, in questi casi, di **comunicazione di servizio**, utile soprattutto quando il tecnicismo esasperato del linguaggio burocratico associato alle procedure di "evidenza pubblica" costituisce un ostacolo insormontabile per la gran parte degli operatori economici locali, spesso di piccole dimensioni e dotati di una comprensibilissima minor attenzione a dettagli di questo tipo.



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

2. GESTIONE DEL PSL

1 sezione (o sotto-area)

1. ACCOMPAGNAMENTO AI POTENZIALI BENEFICIARI FINALI

Affermazioni:

- Esiste un'area strutturata per la richiesta di informazioni (tipo sportello informativo)
- E' presente un elenco completo dei contatti del GAL



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

2. GESTIONE DEL PSL

1 sezione (o sotto-area)

1. ACCOMPAGNAMENTO AI POTENZIALI BENEFICIARI FINALI

Primi risultati:

- **Pochi GAL aprono il dialogo con i propri interlocutori**, con i beneficiari e con l'opinione pubblica in generale nella fase cruciale della attuazione della strategia di sviluppo. In particolare, la gestione del PSL è un'attività che potrebbe essere fortemente migliorata attraverso strumenti di comunicazione interattiva che può stare sul web ma che, auspicabilmente, si deve tradurre in **accompagnamento "a sportello"**.



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

3. ANIMAZIONE

- Una delle attività che i GAL sanno fare meglio è proprio la cosiddetta "animazione territoriale".
- La sanno anche rappresentare?
- Attraverso il web esistono infinite possibilità di rendere operativa questa istanza



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

3. ANIMAZIONE

3 sezioni (o sotto-aree)

1. MOBILITAZIONE DELLE RISORSE TERRITORIALI

2. CAPACITA' DI FARE RETE

3. ANIMAZIONE COME PROMOZIONE



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

3. ANIMAZIONE

3 sezioni (o sotto-aree)

1. MOBILITAZIONE DELLE RISORSE TERRITORIALI

Affermazioni:

- Sono presenti informazioni provenienti da altri attori di Leader (altri GAL, rete europea, TF-LEADER, ecc.)
- Il sito è aperto ai contributi dei singoli soci
- Il sito propone l'iscrizione ad una mailing-list o ad una newsletter
- Il sito rimanda ad altri sistemi per una comunicazione interattiva (Facebook, Twitter, Youtube, etc.)
- Sono presenti delle gallerie fotografiche delle iniziative/eventi realizzate
- Sono presenti dei video/documentari in cui si parla del GAL e/o dei progetti in corso/realizzati
- Sono presenti pubblicazioni del GAL scaricabili



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

3. ANIMAZIONE

3 sezioni (o sotto-aree)

1. MOBILITAZIONE DELLE RISORSE TERRITORIALI

Primi risultati:

- Un'alta percentuale di GAL utilizza strumenti come **newsletter**, bollettini, notiziari informativi. Più raramente ci imbattiamo in strumenti di comunicazione interattiva anche, ad esempio, attraverso i **social network**.
- Occorre predisporre strumenti che rispettino i **diversi stili di comunicazione degli interlocutori del GAL**; oltre al sito web, incontri di co-progettazione, forum pubblici, video partecipativi, iniziative di ascolto di idee e proposte rappresentano sempre dei buoni "segnali di LEADER".



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

3. ANIMAZIONE

3 sezioni (o sotto-aree)

2. CAPACITA' DI FARE RETE

Affermazioni:

- Link utili – E' presente il link agli altri GAL della Regione
- Link utili – E' presente il link agli altri GAL italiani europei
- Link utili – E' presente il link alla Rete Europea
- Link utili – E' presente il link alla RRN
- Link utili – E' presente il link alla TF LEADER
- Link utili – E' presente il link alle vecchie reti LEADER



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

3. ANIMAZIONE

3 sezioni (o sotto-aree)

2. CAPACITA' DI FARE RETE

Primi risultati:

- Purtroppo, una delle sezioni con i risultati più scarsi.
- La capacità di fare rete di certo non si misura solo con la presenza dei link nel portale/web del GAL ma certamente questo elemento rappresenta un buon indicatore di attenzione al contesto nel quale nasce e si sviluppa il metodo LEADER.



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

3. ANIMAZIONE

3 sezioni (o sotto-aree)

3. ANIMAZIONE COME PROMOZIONE

Affermazioni:

- Il sito è finalizzato prevalentemente a informare sulle attività del GAL
- Il sito è finalizzato prevalentemente a promuovere turisticamente il territorio
- Il sito è finalizzato prevalentemente a promuovere i prodotti e le imprese locali
- Il sito informa sul GAL e rimanda ad un altro sito per la promozione del territorio, dei prodotti, delle imprese



...abbiamo identificato 3 aree di indagine...

3. ANIMAZIONE

3 sezioni (o sotto-aree)

3. ANIMAZIONE COME PROMOZIONE

Primi risultati:

- I risultati di questa area di indagine indicano come i siti dei GAL italiani, a parte alcune significative eccezioni (Piemonte, Veneto, Marche), sono oramai orientati ad una informazione dedicata alle attività del GAL, rimandando ad altri siti, più specializzati, per la promozione del territorio, dei prodotti e delle imprese.



...come continuare?...

- Proponiamo una seconda rilevazione (a distanza di un anno) insieme ai GAL e alle AdG
- Proponiamo una rilevazione su tutti gli strumenti di informazione, comunicazione e trasparenza
- Rilasciamo a novembre un sistema di georeferenziazione su cui i GAL possono inserire dati e adottare il sistema.

Inviateci la vostra disponibilità (mail to: taskforceleader@inea.it) e organizzeremo una sessione skype o telefonica dedicata.



Perchè aprire le finestre su LEADER?

- Perchè non esiste nessuno strumento di comunicazione più efficace della trasparenza per assicurare credibilità al metodo;
- Perchè se LEADER è INNOVAZIONE, ebbene non c'è niente di più innovativo (purtroppo ancora) che **dare conto di quello che si fa** con i soldi del contribuente (europeo);
- Perchè se non si forniscono evidenze sul valore aggiunto di LEADER **la comunicazione viene sequestrata** da aspetti marginali legati, ad esempio, a dinamiche conflittuali locali, a complicatezze e complicazioni amministrativo-burocratiche, lasciando trasparire solo una parte (la meno edificante).