

Laboratorio SNV “Competitività imprese e sistemi locali”

POLITICHE PER LA COMPETITIVITÀ E STRATEGIE TERRITORIALI:

IL CASO DELLA «MONTAGNA DEL LATTE» AREA INTERNA APPENNINO EMILIANO



Il documento è stato realizzato da un gruppo di lavoro interistituzionale nell'ambito del Laboratorio del Sistema Nazionale di Valutazione "Competitività di imprese e sistemi locali" che ha visto la collaborazione di:

Natalina Teresa Capua, Silvia Martini e Gianluca

Parodi: Servizio Coordinamento delle Politiche Europee, Programmazione, Cooperazione, Valutazione - Regione Emilia-Romagna - componenti del Nucleo di Valutazione e Verifica degli Investimenti Pubblici Regione Emilia-Romagna;

Teresa Schipani e Marilù D'Aloia:

Servizio programmazione e sviluppo locale integrato – Regione Emilia-Romagna;

Sabrina Lucatelli: componente del Nucleo di Valutazione e Analisi per la Programmazione del Dipartimento per le Politiche di Coesione;

Daniela Storti: Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'Analisi dell'Economia Agraria - Responsabile Scheda Progetto 18.1, Rete Rurale Nazionale, Piano biennale 2019-20.

Alberto Marchi: Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'Analisi dell'Economia Agraria - Progettazione grafica e copertina

ISBN 9788833850979

Sommario

Introduzione.....	4
1 La competitività nelle aree interne: una lettura per temi chiave e risultati attesi.....	5
2. La competitività territoriale per lo Sviluppo Rurale.....	14
3. La SNAI e la Competitività dei territori della Regione Emilia-Romagna	16
4. Il sistema di governance interna della Regione Emilia-Romagna	18
5. Il Caso dell'Appennino Emiliano.....	19
5.1 Contesto specifico afferente alla filiera del Parmigiano Reggiano	21
5.2 Risultati attesi, indicatori di risultato e interventi collegati.	22
5.3 Testimonianze dal territorio e dal mondo della produzione.....	24
6. Insegnamenti e riflessioni su programmi e politiche: il punto di vista sul FEASR	26
7. Conclusioni e Apprendimenti per il laboratorio	27
ALLEGATI	29

Introduzione

Nell'ambito del Laboratorio organizzato dal Sistema Nazionale di Valutazione su "Competitività delle imprese e dei Sistemi Economici Locali" questo studio di caso ha ad oggetto un'analisi mirata dell'esperienza della Strategia territoriale dell'Area Interna dell'Appennino Emiliano, Area Pilota della Regione Emilia-Romagna. Tale analisi viene fatta inquadrando la Strategia dell'Appennino Emiliano negli obiettivi alti della SNAI e collegandola ad un punto più generale legato alle scelte strategiche di 54 Aree su dati messi a disposizione del Dipartimento per le Politiche di Coesione. Sempre nell'ottica del contributo alla Competitività territoriale.

Obiettivo del caso è capire le peculiarità di un impianto strategico in favore della competitività territoriale di una filiera importante, come quella del Parmigiano Reggiano di montagna, avvenuto con una più generale attenzione allo sviluppo socio-economico dell'area, il benessere della popolazione e una nuova idea di attrattività turistica.

Il Caso intende capire in cosa un intervento di Competitività Territoriale pensato e costruito con l'approccio territoriale previsto dalla SNAI e ampiamente descritto nell'Accordo di Partenariato 2014/2020, si distingua da un intervento che non passa per una simile metodologia. Ma soprattutto quali lezioni se ne possano dedurre, e come queste siano capaci anche di influenzare/essere strumentali al più generale disegno programmatico della Regione Emilia-Romagna in favore della Competitività dei sistemi locali (futuro Obiettivo di Policy 1 della programmazione del FESR e futuro obiettivo di Policy 5).

Il caso è stato sviluppato attraverso un esercizio mirato di rilettura degli interventi previsti nelle 54 strategie delle aree interne andando ad individuare e riclassificare gli interventi secondo i risultati attesi legati agli stessi; un'analisi degli interventi della strategia dell'Appennino Emiliano più direttamente funzionali alla competitività; un momento di confronto con gli attori del territorio, sia quelli che hanno contribuito al disegno e alla costruzione della Strategia, che quelli appartenenti alle realtà produttive locali; data l'importanza del contributo del FEASR al disegno di questa Strategia, si è inteso far emergere anche una riflessione sul contributo di questo Fondo al perseguimento della competitività delle filiere all'interno della SNAI, andando ad esaminare quali sono stati gli elementi che hanno permesso alla Regione Emilia-Romagna di rispondere efficacemente alle esigenze dei territori. Infine, si lanciano idee e riflessioni sperabilmente utili, nella fase attuale di negoziato per il futuro dei programmi. Elementi conoscitivi utili in vista del piano strategico della PAC e dell'imminente disegno della nuova politica regionale, possono riguardare nel merito le strategie, gli strumenti e il metodo delle sinergie da sviluppare tra il fondo agricolo e la coesione rispetto agli obiettivi di competitività dei territori. Nei limiti dei dati di monitoraggio disponibili, integrati con interviste ai beneficiari, si fa anche un punto sullo stato di avanzamento delle scelte sui territori.

1 La competitività nelle aree interne: una lettura per temi chiave e risultati attesi

La Strategia Nazionale Aree Interne finanzia servizi essenziali e progetti di sviluppo in aree predeterminate, rendendo possibile il perseguimento di obiettivi di competitività dei sistemi produttivi locali unitamente al miglioramento dei fattori di contesto che possono impattare sulla competitività delle imprese e sulla sostenibilità ambientale, come la disponibilità di servizi, i fattori di rischio idrogeologico, la sicurezza delle strade, l'efficienza energetica o la presenza di infrastrutture digitali.

Ognuna delle 54 Strategie approvate individua dei risultati attesi (RA) legati alle intenzioni di cambiamento dei territori. I risultati attesi esprimono la trasformazione a cui le singole Aree ambiscono e sono associati a specifiche azioni/interventi/risorse riconducibili ad ambiti omogenei di intervento.

A ciascun risultato si ricollegano una serie di azioni/interventi che - attuati e realizzati – contribuiranno al raggiungimento dei risultati attesi individuati. A ciascun risultato, inoltre, è collegato un indicatore che consente di misurare il cambiamento, monitorando, valutando e comunicando i progressi.

Nella tabella seguente vengono evidenziati gli ambiti omogenei di intervento individuati con indicazione dei risultati attesi principali e degli importi in cifre e in percentuale ad essi destinati nelle 54 Strategie approvate.

Tabella 1 – Gli ambiti di intervento delle 54 Strategie di area approvate (Giugno 2020)

Ambito di intervento	Risultato atteso (RA)	€	% su totale Strategie
Mobilità	Accrescere la percentuale di residenti e/o turisti che usano il trasporto pubblico collettivo	177.178.817	19,36
	Accrescere la sicurezza delle strade per ridurre l'incidentalità		
Salute	Accrescere il numero e la qualità dei presidi sanitari territoriali (Infermiere di comunità; ambulatori associati; ecc.)	103.538.051	11,31
	Accrescere la prevenzione sanitaria e l'accesso alle cure (attraverso telemedicina; screening precoci, educazione sanitaria, ecc.)		
	Ridurre i tempi di arrivo del primo soccorso dal momento della chiamata		
	Ridurre le ospedalizzazioni inappropriate (asma dei bambini; diabete; malattie circolatorie; ecc.) attraverso assistenza domiciliare integrata e servizi di assistenza domiciliare		
Scuola	Accrescere la propensione dei giovani a permanere nei percorsi di studi tramite il rafforzamento e potenziamento dell'offerta formativa	87.781.082	9,59
	Aumentare la disposizione dei giovani a rimanere nei contesti formativi attraverso il rafforzamento e miglioramento della qualità/sicurezza degli edifici scolastici (laboratori e attrezzature multimediali; adeguamenti strutturali, efficientamento energetico; ecc.)		
	Migliorare le competenze degli studenti in italiano; matematica; lingue straniere (ampliamento della professionalità dei docenti; formazione alle nuove tecnologie; innovazioni educative e didattiche, ecc.)		
	Ridurre gli abbandoni e la dispersione scolastica (attraverso sostegno all'apprendimento, tutoraggio, cooperazione con i genitori, apertura della scuola al territorio, ecc.)		
Totale servizi		368.497.950	40,27
Agricoltura e zootecnia	Accrescere il valore di mercato delle produzioni agricole e zootecniche locali	89.310.847	9,76
	Accrescere la superficie agricola utilizzata		
Bosco	Accrescere l'utilizzo produttivo e sostenibile del bosco e il valore di mercato dei prodotti delle filiere bosco-legno	19.892.373	2,17
Efficienza e trasparenza della PA	Accrescere la capacità progettuale delle Amministrazioni comunali e la capacità di reperire risorse per i progetti locali	13.900.619	1,52
	Accrescere la partecipazione di cittadini e imprese ai processi decisionali pubblici		
	Ridurre i tempi di realizzazione degli interventi pubblici		
Energia	Accrescere la produzione sostenibile di bioenergie sul totale dei consumi di energia	82.412.392	9,01
	Accrescere l'efficienza energetica degli edifici pubblici e dell'illuminazione pubblica e integrazione di fonti rinnovabili		
	Accrescere l'efficienza energetica delle imprese		
Imprese	Accrescere il numero di imprese a conduzione femminile	80.786.512	8,83
	Accrescere la percentuale di nuove imprese competitive sul mercato (sopravvivenza di nuove imprese e di reti di impresa, ecc.)		
	Diffusione e rafforzamento delle attività economiche a contenuto sociale		
	Rimuovere gli ostacoli al fare impresa tra i giovani (sostegno allo start up, living lab, ecc.)		
Infrastrutture e servizi digitali	Accrescere la disponibilità di internet veloce (banda ultra-larga ad almeno 30 mbps)	55.958.334	6,11
	Accrescere l'offerta di servizi digitali pubblici e la capacità di utilizzarli (informazioni, modulistica, attivazione via web dei servizi, ecc.)		
Lavoro e formazione	Accrescere il numero di persone in cerca di lavoro con una qualifica professionale certificata coerente con le richieste del mercato del lavoro locale	20.883.809	2,28
	Adeguare le competenze degli studenti alla domanda delle imprese del territorio		
Natura, Cultura e Turismo	Accrescere il numero di presenze turistiche e di visitatori del patrimonio culturale e naturale dell'area	156.230.612	17,07
Sicurezza del territorio	Accrescere la resilienza ai terremoti (microzonazione sismica, analisi della condizione limite per l'emergenza, piani di emergenza, ecc.)	27.268.762	2,98
	Ridurre il rischio idrogeologico (alluvioni e frane) riducendo il numero di persone esposte a rischio		
Totale sviluppo locale		546.644.258	59,73
Totale risorse		915.142.208	

Fonte: Comitato tecnico aree interne (le strategie approvate dal Comitato sono 60, ma i dati disponibili per questa analisi si riferiscono a 54 di queste strategie)

La trasformazione deve poter essere osservata, misurata e comunicata in maniera unitaria e questo ha richiesto la messa a fattor comune attraverso indicatori nazionali dei risultati individuati a livello locale.

L'esigenza qui è quella di fare riferimento, nella quantificazione, a dati e metodi unitari per assicurare la comparabilità a livello nazionale, senza snaturare il senso del risultato che l'area intende perseguire. L'indicatore locale continua ad essere valorizzato per la condivisione e la comunicazione con le comunità interessate.

L'opera di messa a sistema a livello nazionale fa riferimento ad un set di indicatori unitari in grado di cogliere i risultati perseguiti dalle singole aree misurandoli attraverso basi informative nazionale e metodologie unitarie, assicurando la confrontabilità e comparabilità dei risultati raggiunti nei diversi contesti territoriali.

Questo paragrafo presenta quindi, per le 54 Strategie approvate, una riclassificazione (discussa e condivisa nei lavori del Laboratorio) dei risultati attesi e delle azioni ad essi correlati in base alla loro rilevanza per la competitività territoriale nelle sue diverse componenti:

1. competitività delle Imprese;
2. fattori di Contesto che Impattano sulla Competitività delle Imprese;
3. sostenibilità Ambientale del Contesto.

Una lettura secondo la chiave della competitività delle Strategie di Area per Risultati Attesi consente di individuare quali sono le direzioni del cambiamento e le azioni che le singole aree hanno deciso di intraprendere per arrivare ad un adeguato livello di attrattività dei territori.

Il lavoro di analisi svolto si basa sul data base dei Risultati Attesi (e quindi degli indicatori di risultato e delle azioni ad essi correlati) per ambiti omogenei di intervento impostati e messi a disposizione dal Comitato tecnico aree interne.

La tabella 2 presenta il confronto tra i Risultati attesi che impattano sulla competitività che sono stati previsti dalle 54 strategie approvate, quelli presenti nelle 4 strategie approvate in Emilia-Romagna e quelli relativi allo studio di caso Appennino Emiliano. Così da mostrare

La tabella 3 presenta a livello Nazionale i risultati attesi e il numero di interventi riclassificati in base alla loro rilevanza per la competitività dei sistemi territoriali e le risorse finanziarie dedicate. Analogamente le tabelle 4 e 5 presentano la stessa analisi per tutte le aree selezionate in SNAI dalla Regione Emilia-Romagna, e quella relativa allo studio di caso Appennino Emiliano.

Tabella 2 – Confronto tra i Risultati attesi che impattano sulla competitività nelle 54 Strategie nazionali, in quelle Emiliano-Romagnole e nell'Appennino Emiliano

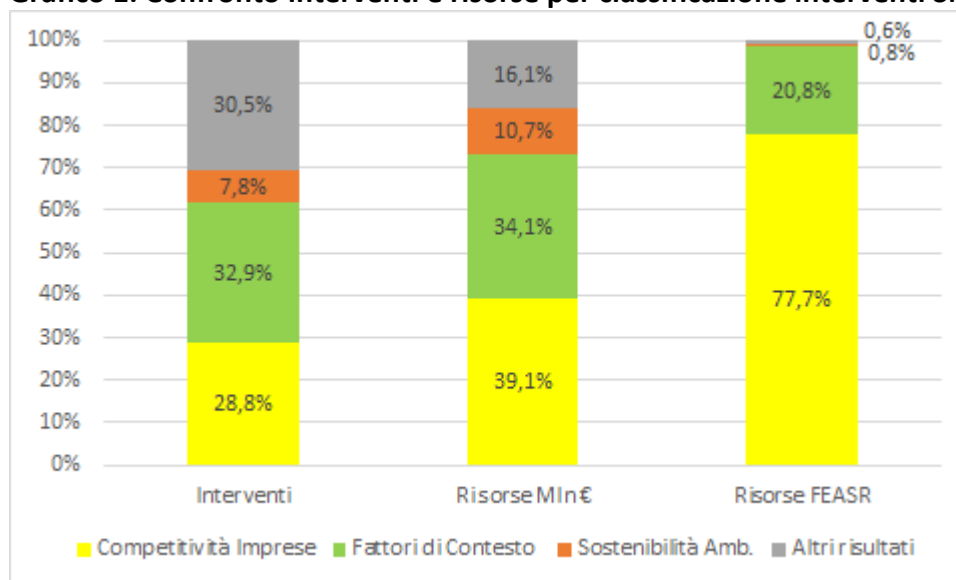
	Risultati attesi	SNAI 54	E-R	AE
Competitività imprese	Accrescere il valore di mercato delle produzioni agricole e zootecniche locali	X	X	X
	Accrescere la superficie agricola utilizzata	X		
	Accrescere l'utilizzo produttivo e sostenibile del bosco e il valore di mercato dei prodotti delle filiere bosco-legno	X	X	
	Accrescere la produzione sostenibile di bioenergie sul totale dei consumi di energia	X		
	Accrescere il numero di imprese a conduzione femminile	X		
	Accrescere la percentuale di nuove imprese competitive sul mercato (sopravvivenza di nuove imprese e di reti di impresa, ecc.)	X	X	X
	Rimuovere gli ostacoli al fare impresa tra i giovani (sostegno allo start up, living lab, ecc.)	X	X	X
	Accrescere il numero di presenze turistiche e di visitatori del patrimonio culturale e naturale dell'area	X	X	X
Fattori di Contesto che Impattano sulla Competitività delle Imprese	Accrescere l'offerta di servizi digitali pubblici e la capacità di utilizzarli (informazioni, modulistica, attivazione via web dei servizi, ecc.)	X	X	
	Accrescere la disponibilità di internet veloce (banda ultra-larga ad almeno 30 mbps)	X	X	X
	Accrescere il numero di persone in cerca di lavoro con una qualifica professionale certificata coerente con le richieste del mercato del lavoro locale	X	X	X
	Adeguare le competenze degli studenti alla domanda delle imprese del territorio	X	X	
	Accrescere la sicurezza delle strade per ridurre l'incidentalità	X		
	Accrescere la propensione dei giovani a permanere nei percorsi di studi tramite il rafforzamento e potenziamento dell'offerta formativa	X	X	X
	Aumentare la disposizione dei giovani a rimanere nei contesti formativi attraverso il rafforzamento e miglioramento della qualità/sicurezza degli edifici scolastici (laboratori e attrezzature multimediali; adeguamenti strutturali, efficientamento energetico; ecc.)	X	X	X
	Migliorare le competenze degli studenti in italiano; matematica; lingue straniere (ampliamento della professionalità dei docenti; formazione alle nuove tecnologie; innovazioni educative e didattiche, ecc.)	X		
Sostenibilità Ambientale del Contesto	Ridurre gli abbandoni e la dispersione scolastica (attraverso sostegno all'apprendimento, tutoraggio, cooperazione con i genitori, apertura della scuola al territorio, ecc.)	X	X	x
	Accrescere l'efficienza energetica degli edifici pubblici e dell'illuminazione pubblica e integrazione di fonti rinnovabili	X	X	
	Accrescere l'efficienza energetica delle imprese	X		
	Accrescere la resilienza ai terremoti (microzonazione sismica, analisi della condizione limite per l'emergenza, piani di emergenza, ecc.)	X		
	Ridurre il rischio idrogeologico (alluvioni e frane) riducendo il numero di persone esposte a rischio	X	X	

Dalla nostra riclassificazione risulta che circa il 29% del totale degli interventi a livello nazionale (che sono pari a 1427) sono indirizzati alla Competitività delle Imprese, questi assorbono il 39% delle risorse, in particolare il 77,7% di quelle che derivano dal FEASR. Circa un terzo degli interventi è indirizzato a fattori di contesto che impattano positivamente sulla competitività delle imprese, a questi interventi sono dedicate il 34% delle risorse totali. Agli interventi per la sostenibilità ambientale va circa l'11% delle risorse. Il grafico sottostante aiuta meglio a vedere il peso di ogni categoria di intervento sul totale, in termini sia di percentuale di interventi che di risorse destinate.

Tabella 3 – n.ro interventi e risorse a livello nazionale

Classificazione	Numero interventi		Risorse Totali		Risorse FEASR	
Competitività Imprese	411	28,8%	357.572.078	39,1%	125.253.144	77,7%
Fattori di Contesto che Impattano sulla Competitività delle Imprese	469	32,9%	311.619.164	34,1%	33.522.194	20,8%
Sostenibilità Ambientale del Contesto	112	7,8%	98.329.419	10,7%	1.305.000	0,8%
Altri risultati	435	30,5%	147.621.547	16,1%	1.028.000	0,6%
Totale strategie	1427		915.142.208		161.108.338	

Graficamente viene riportata la ripartizione delle risorse per classificazione degli interventi SNAI per mostrare il confronto tra la quota di interventi ripartita per RA e il corrispondente peso in termini di risorse assegnate.

Grafico 1: Confronto Interventi e risorse per classificazione interventi SNAI in Italia

Per quanto riguarda le quattro Strategie della Regione Emilia-Romagna gli interventi qui considerati sono 86¹. Di questi circa il 21% è classificato come “Competitività delle Imprese” ed assorbono il 37% delle risorse totali e il 28,7% di quelle derivanti dal FEASR. Superiore è il numero degli interventi classificati come Fattori di Contesto, pari a circa il 28% degli interventi totali e che assorbono il 44% delle risorse totali e addirittura il 67% di quelle FEASR.

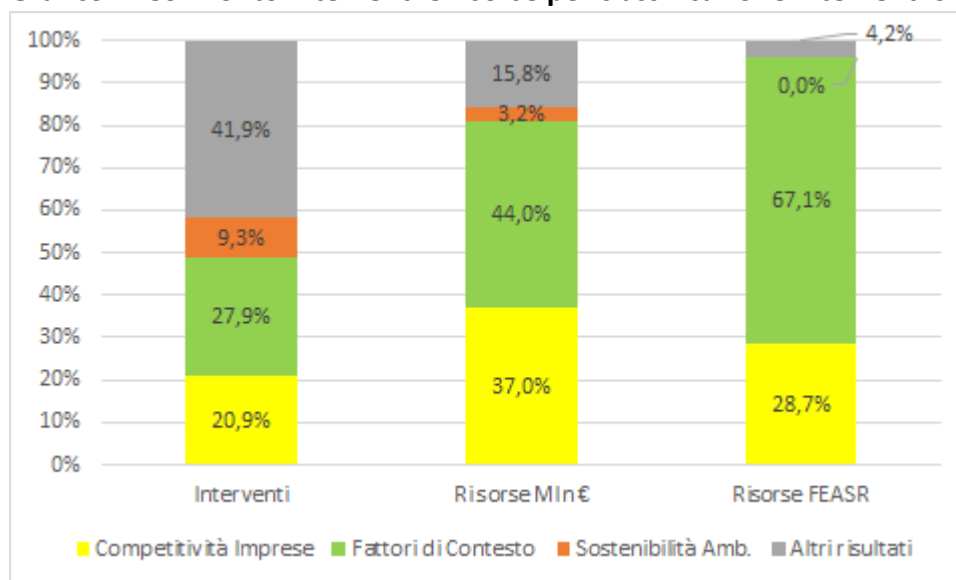
Fondi interamente destinati allo sviluppo delle reti digitali e alla BUL, come preconditione alla percorribilità di soluzioni innovative per i servizi, l’attività di impresa e il turismo oltre che per il miglioramento della qualità della vita dei residenti (si pensi ad esempio alla possibilità di sviluppare la telemedicina e l’e-commerce).

¹ NB: Si specifica che gli interventi delle 4 strategie di area dell’Emilia-Romagna sono 99, così come riportato nelle singole strategie d’area come scheda intervento, si veda anche il rapporto “La Strategia Nazionale per le Aree Interne nella Regione Emilia-Romagna: stato di attuazione e prime riflessioni”. Ma ai fini di questa analisi alcuni interventi omogenei sono stati aggregati cosicché il loro numero si riduce agli 86 indicati nella tabella 4.

Tabella 4 – N.ro interventi e risorse Regione Emilia-Romagna

Classificazione	Numero interventi		Risorse Totali		Risorse FEASR	
Competitività Imprese	18	20,9%	25.192.029	37,0%	8.314.029	28,7%
Fattori di Contesto che Impattano sulla Competitività delle Imprese	24	27,9%	29.995.041	44,0%	19.413.036	67,1%
Sostenibilità Ambientale del Contesto	8	9,3%	2.191.000	3,2%	0	0,0%
Altri risultati	36	41,9%	10.798.708	15,8%	1.204.508	4,2%
Totale strategie	86		68.176.778		28.931.573	

Da questi numeri, e dai grafici comparativi riportati di seguito, si evince quindi che complessivamente le strategie emiliano-romagnole “dedichino” meno interventi alla competitività d’impresa rispetto alle 54 strategie Nazionali. Poiché in Emilia-Romagna è rivolto ad “Altri risultati” il 42% degli interventi, contro il 30,5% a livello nazionale. Però viceversa è importante sottolineare che in Emilia-Romagna vengono destinate più risorse alla competitività nel suo complesso. Perché a fronte di un numero inferiore di interventi, la quota di risorse sul totale è di poco superiore del livello nazionale: 84,2% del totale contro un 83,9%.

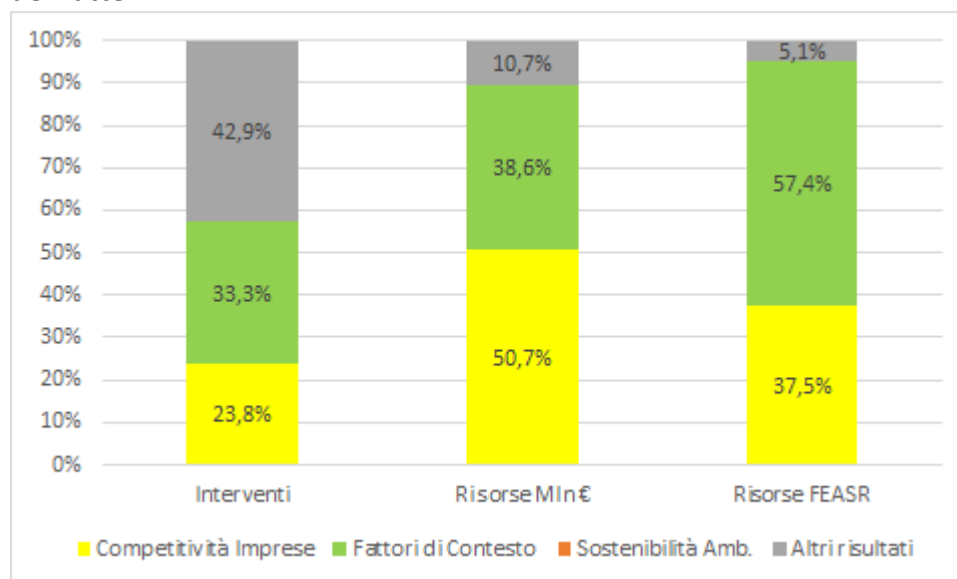
Grafico 2: Confronto Interventi e risorse per classificazione interventi SNAI in Emilia-Romagna

Degli 86 interventi previsti complessivamente dalla SNAI in Emilia-Romagna, 21 sono propri della strategia Montagna del Latte. Di questi, 23,8% è rivolto alla Competitività delle Imprese e il 33,3% ai fattori di contesto (insieme rappresentano il 57,1% del totale).

Questo valore è di poco inferiore alla media regionale, ma è opportuno sottolineare come le risorse dedicate siano in termini relativi superiori: 89,3% contro 84,2% a livello regionale e 83,9% a livello nazionale.

Tabella 5 – N.ro interventi e risorse Strategia Appennino Emiliano

Classificazione	Numero interventi		Risorse Totali		Risorse FEASR	
Competitività Imprese	5	23,8%	14.450.000	50,7%	5.335.000	37,5%
Fattori di Contesto che Impattano sulla Competitività delle Imprese	7	33,3%	11.014.022	38,6%	8.177.022	57,4%
Sostenibilità Ambientale del Contesto		0,0%		0,0%		0,0%
Altri risultati	9	42,9%	3.043.000	10,7%	728.000	5,1%
Totale strategie	21		28.507.022		14.240.022	

Grafico 3: Confronto Interventi e risorse per classificazione interventi della Strategia Montagna del Latte

La ripartizione delle risorse pubbliche e del numero di interventi previsti dalla strategia “Montagna del Latte” per singolo risultato atteso è riportata nella tabella che segue.

Tabella 6 – analisi interventi Strategia Appennino emiliano

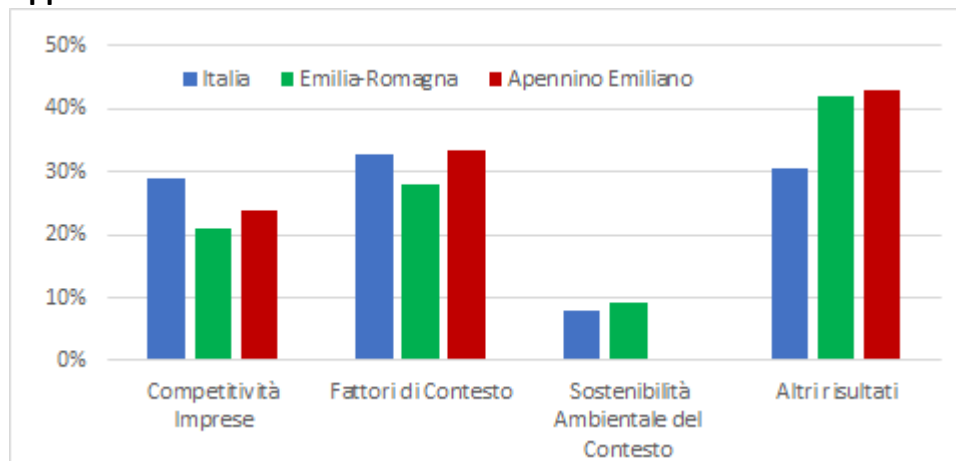
Risultati attesi	Numero interventi	Risorse pubbliche	Quota su totale	Risorse Feasr	Quota su totale
Accrescere il valore di mercato delle produzioni agricole e zootecniche locali	1	400.000	2,8%	260.000	4,9%
Accrescere la percentuale di nuove imprese competitive sul mercato (sopravvivenza di nuove imprese e di reti di impresa, ecc.)	1	9.000.000	62,3%	3.900.000	73,1%
Rimuovere gli ostacoli al fare impresa tra i giovani (sostegno allo start up, living lab, ecc.)	1	650.000	4,5%	425.000	8,0%
Accrescere il numero di presenze turistiche e di visitatori del patrimonio culturale e naturale dell'area	2	4.400.000	30,4%	750.000	14,1%
Totale Competitività delle imprese	5	14.450.000	50,7%	5.335.000	37,5%
Accrescere la disponibilità di internet veloce (banda ultra-larga ad almeno 30 mbps)	1	8.177.022	74,2%	8.177.022	100,0%
Accrescere il numero di persone in cerca di lavoro con una qualifica professionale certificata coerente con le richieste del mercato del lavoro locale	1	210.000	1,9%	0	0,0%
Accrescere la propensione dei giovani a permanere nei percorsi di studi tramite il rafforzamento e potenziamento dell'offerta formativa	1	514.000	4,7%	0	0,0%
Aumentare la disposizione dei giovani a rimanere nei contesti formativi attraverso il rafforzamento e miglioramento della qualità/sicurezza degli edifici scolastici (laboratori e attrezzature multimediali; adeguamenti strutturali, efficientamento energetico; ecc.)	3	1.440.000	13,1%	0	0,0%
Ridurre gli abbandoni e la dispersione scolastica (attraverso sostegno all'apprendimento, tutoraggio, cooperazione con i genitori, apertura della scuola al territorio, ecc.)	1	673.000	6,1%	0	0,0%
Totale Fattori di Contesto che Impattano sulla Competitività delle Imprese	7	11.014.022	38,6%	8.177.022	57,4%
Altri risultati	9	3.043.000	10,7%	728.000	5,1%
Totale Strategia	21	28.507.022		14.240.022	

Gli interventi così classificati, sulla base dei Risultati Attesi, sono poi stati da noi riaggregati in base alla loro rilevanza per la competitività dei sistemi territoriali, al fine delle nostre analisi conoscitive e per poter poi comparare l'approccio della Strategia Appennino Emiliano, con le SNAI nel suo complesso ed in ambito regionale.

Le varie differenze percentuali tra il totale delle strategie SNAI in Italia, le 4 strategie pilota emiliano-romagnole e lo studio di caso Appennino Emiliano, sono facilmente raffrontabili grazie ai grafici

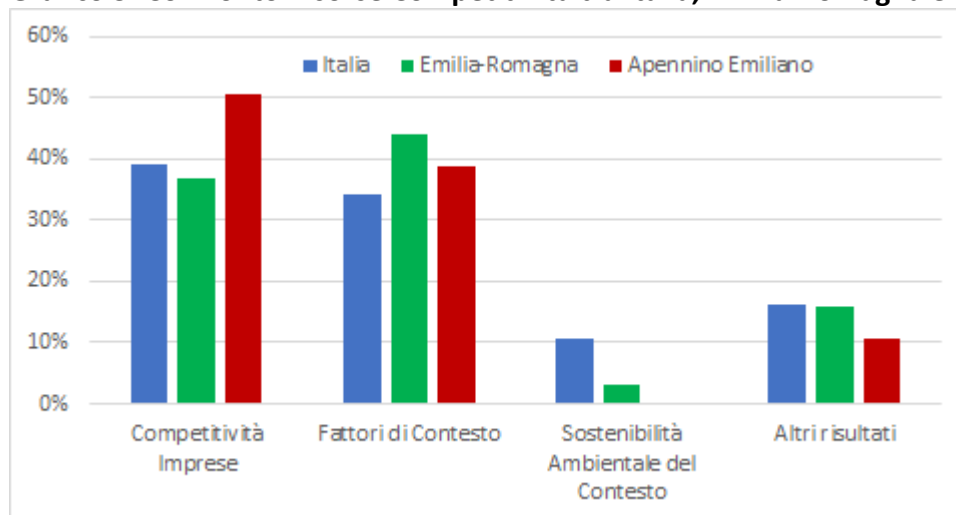
sottostanti, relativi ai dati mostrati in precedenza in tabella e che confrontano visivamente i diversi approcci in termini di percentuali di interventi, risorse totali per ogni tipologia di classificazione d'intervento.

Grafico 4: Confronto tra Numero di Interventi (in %) tra totale Italia, Emilia-Romagna e Appennino Emiliano



L'elemento che più salta all'occhio è che l'Appennino Emiliano ha in percentuale un numero inferiore di interventi rivolti alla competitività delle imprese rispetto alla quota nazionale, ma che questi assorbano più risorse, pari al 50% del totale a fronte di quasi il 40% del livello nazionale. Inoltre, è da sottolineare che agli interventi rivolti alla competitività è rivolta la quota più rilevante di risorse rispetto agli altri interventi, sebbene questi ultimi siano preponderanti in termini numerici, questo sia a livello nazionale, che regionale oltre che per l'Appennino Emiliano.

Grafico 5: Confronto Risorse Competitività tra Italia, Emilia-Romagna e Appennino Emiliano



2. La competitività territoriale per lo Sviluppo Rurale

La politica agricola comunitaria (PAC) persegue obiettivi di competitività delle imprese attraverso una serie di strumenti (aiuti diretti, misure di mercato, sviluppo rurale) e un set di interventi concordati a livello europeo. Per questa policy l'obiettivo della competitività settoriale è condizionato al raggiungimento di un reddito equo e al miglioramento della posizione degli agricoltori nella *value chain* da un lato e al miglioramento della qualità e salubrità delle produzioni dall'altro.

Nelle zone montane e soggette a specifici svantaggi biofisici (aree ANC), per compensare i maggiori costi connessi all'esercizio delle attività agricole l'obiettivo di garantire un reddito equo agli agricoltori viene perseguito attraverso i pagamenti compensativi e premialità nell'accesso alle misure di investimento.

A livello locale la politica persegue lo sviluppo delle aree rurali anche con un focus sulle misure per il miglioramento della qualità della vita che agiscono su alcuni elementi di contesto in grado di impattare seppure marginalmente rispetto ai servizi essenziali sulla competitività territoriale.

I principali strumenti per la competitività sono le misure di incentivo agli investimenti, le misure di sostegno al reddito per gli agricoltori in zone svantaggiate agricole (pagamenti ANC), l'incentivo per l'insediamento dei giovani agricoltori, la cooperazione (misura 16) e le misure di supporto al trasferimento di conoscenza e informazione.

Si tratta di un'ampia gamma di strumenti che generalmente non sono focalizzati territorialmente essendo attivati con dispositivi attuativi regionali, fatta eccezione la possibilità di prevedere una premialità per le aree ANC e per le aree SNAI.

Inoltre, nell'ambito dei programmi CLLD (Community Led Local Development) possono essere previsti criteri di selezione calibrati sulle specificità delle aree rurali individuate dai PSR come C e D (intermedie e con problemi di sviluppo). Pur essendo le due classificazioni non coincidenti, le aree interne sono di fatto un sottoinsieme delle aree C e D, caratterizzato dalla distanza dai centri di servizio.

L'attuazione della SNAI si colloca in uno dei filoni storici di intervento delle politiche agricole comunitarie, introdotto alla fine degli anni Settanta, che vede le zone montane e le altre aree soggette a svantaggi pedoclimatici e morfologici, come l'asse portante dell'intervento territoriale della policy.

Infatti, le aree selezionate per la SNAI sono composte per 2/3 di comuni montani e si caratterizzano dal punto di vista agricolo come aree con una prevalenza di aree agricole svantaggiate (90% a livello nazionale, 91% in Emilia-Romagna).

Queste aree, in un'ottica di presidio non solo produttivo ma anche ambientale, si configurano come quelle dove è più urgente un intervento sulla competitività delle filiere agricole che garantisca un reddito equo, il miglioramento della posizione degli agricoltori nella *value chain* e una funzione di driver per la competitività territoriale in integrazione con il turismo.

Prima dell'avvio della strategia aree interne non c'erano nel quadro azioni con una visione di policy nazionale per la competitività delle filiere agricole di queste aree. La strategia delle aree interne, che ha tra i suoi obiettivi principali quello della valorizzazione delle risorse sottoutilizzate presenti in queste aree, in molte delle 72 aree selezionate ha attribuito un ruolo centrale alle filiere agricole.

È questo il caso dell'Appennino Emiliano che interviene sulle criticità delle filiere agricole connesse alla produzione del parmigiano reggiano di Montagna, integrando l'intervento dei fondi strutturali (FEASR) con azioni su fattori di contesto (servizi essenziali) suscettibili di impattare sulla competitività delle imprese (si veda in tal senso la figura 3 Rappresentazione del Quadro logico "Competitività filiera Parmigiano Reggiano").

L'analisi di questo caso, di attuazione di una politica integrata per la competitività in uno specifico territorio, può fornire elementi utili, anche in vista della nuova fase, a comprendere meglio il contesto, i fabbisogni, come utilizzare gli strumenti, i risultati di attuazione e le modalità di integrazione tra interventi settoriali dei diversi fondi e gli interventi sui servizi.

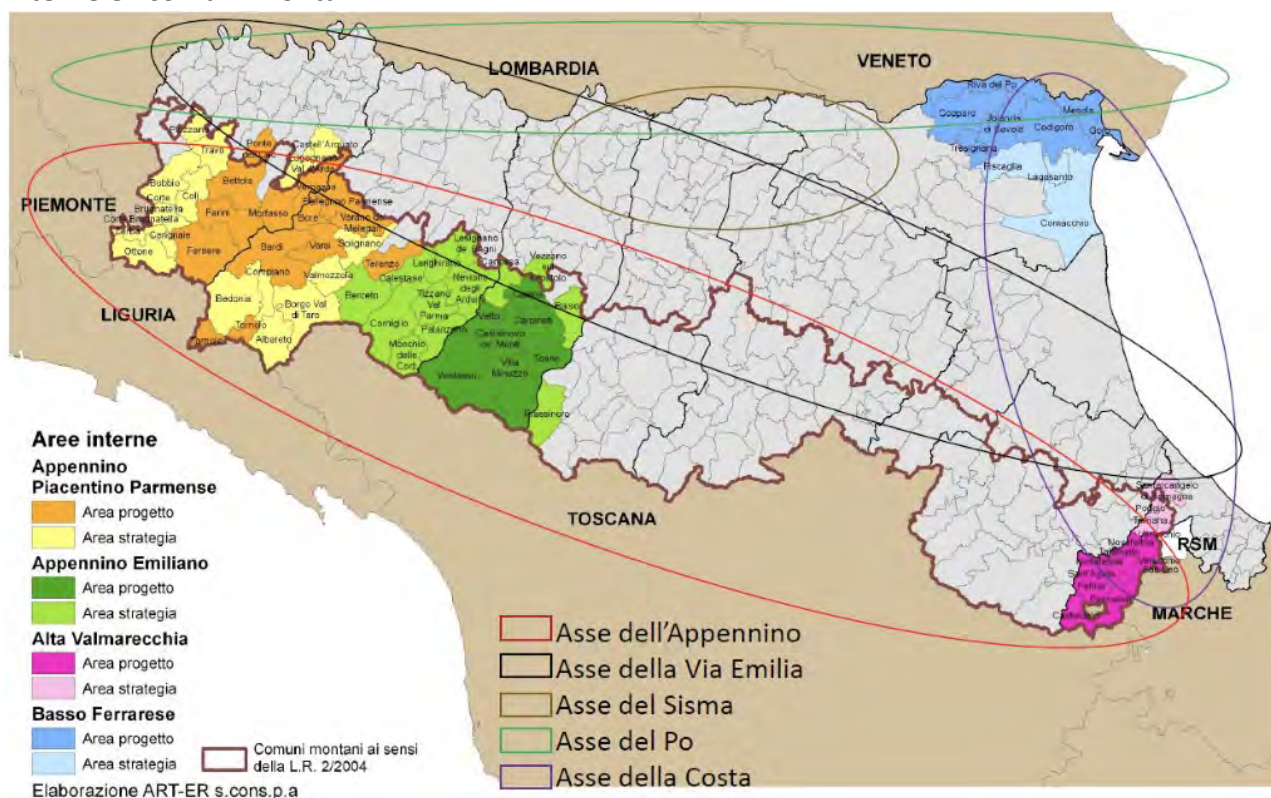
Tabella 7: i fabbisogni delle aree montane e svantaggiate e le fonti documentali

Fabbisogni aree montane e svantaggiate	FONTI
<i>Debolezza economica delle aziende</i> <i>Scarsa redditività delle attività agricole per via delle caratteristiche orografiche</i> <i>Difficile accesso alla terra per i giovani agricoltori e per i nuovi imprenditori</i> <i>Scarsa propensione all'aggregazione delle piccole imprese agricole (difficoltà di accesso al mercato; qualità dell'offerta; ricorso alle certificazioni)</i> <i>Inadeguata capacità di valorizzazione e trasformazione del prodotto agricolo (il valore aggiunto agricolo non rimane sui territori)</i> <i>Offerta formativa non completamente allineata (in contenuti, metodi e strumenti) in relazione alle esigenze e agli utenti in queste aree</i> <i>Diffusione insufficiente di conoscenza tecnica e di tecnologie innovative e basso livello istruzione addetti</i> <i>Gap infrastrutturale comprese infrastrutture viarie agrosilvopastorali secondarie e logistiche e intermodalità</i> <i>Scarsa reputazione sociale dell'attività agricola come fattore limitante per il rinnovo generazionale</i> <i>Disparità significative nell'accesso ai servizi di base</i> <i>Carente competenza metodologica di formatori, consulenti, ricercatori in relazione ai nuovi approcci bottom up e partecipativi</i>	• Policy Brief OS 1-2-3-7-8-9 e Akis (Piano strategico PAC 21-27) • SWOT OS 1-2-3-7-8-9 e Akis (Piano strategico PAC 21-27) • PSR 2014-2020 • Indagine sui giovani in primo insediamento agricolo (2013 RRN) • Diagnosi territoriale SNAI • Strategie territoriali Aree interne • Esiti tavoli di ascolto SNAI

3. La SNAI e la Competitività dei territori della Regione Emilia-Romagna

Nel caso dell'Emilia-Romagna, l'attuazione della SNAI avviene nell'ambito di un disegno "storico" di politica territoriale, che da tempo e con strumenti diversificati vede la Regione impegnata nella promozione di una più robusta coesione territoriale e di una più forte integrazione fra l'asse urbano-territoriale della via Emilia – vero e proprio "motore" della crescita regionale – e gli assi della Costa, dell'Appennino e del Po, sistemi che a loro volta costituiscono al tempo stesso cesure geografiche e "cerniere" che legano l'Emilia-Romagna alle regioni circostanti. Il sisma del 2012 ha altresì individuato un nuovo spazio nel quale definire una strategia di crescita innovativa del sistema locale, pesantemente colpito dall'evento. La figura seguente ne fornisce una visualizzazione unitaria.

Figura 1: Gli assi portanti della programmazione territoriale della Regione Emilia-Romagna, le aree interne e i comuni montani



Come si desume dalla figura 1, i cinque grandi assi della politica territoriale regionale, nella loro singolarità e allo stesso tempo nella loro inter-relazione, ben rappresentano l'obiettivo generale della costruzione di un "sistema regionale" unitario e integrato e sono il frutto della necessaria evoluzione dalla fase storica del "policentrismo" alla base della grande crescita che ha caratterizzato i poli urbani dell'Emilia-Romagna dagli anni '70 del '900 almeno fino alla crisi che ha universalmente caratterizzato la prima decade di questo secolo. Lo scenario è dunque quello della costruzione di una *"... grande e solida piattaforma territoriale, produttrice di beni, servizi, cultura e civiltà e proiettata con tutte le sue ricche diversità..."* nel mondo globalizzato.

Per una piena comprensione dell'"uso" che la Regione Emilia-Romagna ha inteso fare della SNAI, in coerenza con la propria storia di programmazione territoriale, vale la pena brevemente considerare la natura degli spazi rappresentati in figura 1 e le relazioni che li caratterizzano.

La Via Emilia, ovvero il vero driver di territorializzazione dello spazio compreso fra il Po e l'Appennino, costituisce da 2.200 anni l'asse sul quale si è incardinato ogni tipo di cambiamento che

ha portato a quello che è l'Emilia-Romagna odierna, geograficamente e politicamente intesa. Bordo meridionale della macroregione padana, essa costituisce la fascia di massima concentrazione di asset fisici – centri urbani, infrastrutture, attività economiche, ecc. – e immateriali, soprattutto conoscenza e capitale sociale e relazionale.

Ma rappresenta altresì l'elemento d'unione di spazi anche molto distanti fra loro, da Piacenza, il cuore della pianura padana, a Rimini, perno assieme al Delta del Po della costa adriatica e punto d'incontro di flussi fondamentali di materiali e alimenti provenienti dalla pianura agricola e industriale e di "flussi di natura" che giungono dalla montagna.

A fronte di ciò, se da un lato il Po, la Costa e l'Appennino conformano i "margini" dello spazio regionale, dall'altro essi sono sede di funzioni fondamentali di collegamento e integrazione spaziale. Nel caso del Po, con il più ampio spazio macroregionale padano; nel caso della Costa soprattutto con un sistema di reti lunghe, che legano la regione ad altri territori anche a grande distanza; nel caso dell'Appennino, con il sistema storico di relazioni trans-regionali che sempre ha caratterizzato lo spazio montano. Ed è l'esigenza stessa di proiettare unitariamente l'Emilia-Romagna verso l'esterno a richiedere di assicurare un sempre più robusto sistema di relazioni interne, tali da generare coesione ed equilibrio. In questo scenario, l'azione di ricostruzione – infrastrutturale, economica, sociale, culturale – dell'area colpita dal sisma del 2012, rappresenta una *conditio sine qua non* della coesione territoriale regionale.

Collocate ai vertici di questo grande trapezio territoriale le "aree interne" dell'Emilia-Romagna, pur penalizzate da condizioni fisico-geografiche e storico-culturali che ne hanno determinato un certo grado di perifericità rispetto ai grandi poli della crescita economica e sociale, continuano a rappresentare i perni sia dell'integrazione regionale interna, sia dell'articolazione del sistema – regione con i territori circostanti: l'area nord-padana, l'Italia centrale e il Mar Tirreno, la fascia adriatica, tanto in direzione di Trieste quanto del Mediterraneo centrale.

È in tal senso che la Regione interpreta la funzione delle proprie "aree interne", cogliendo l'opportunità della SNAI per rafforzare tali "perni" come co-condizione della solidità del sistema regionale complessivo, con uno sforzo di convergenza delle politiche regionali anche settoriali, volto a una coesione territoriale rinnovata e rafforzata.

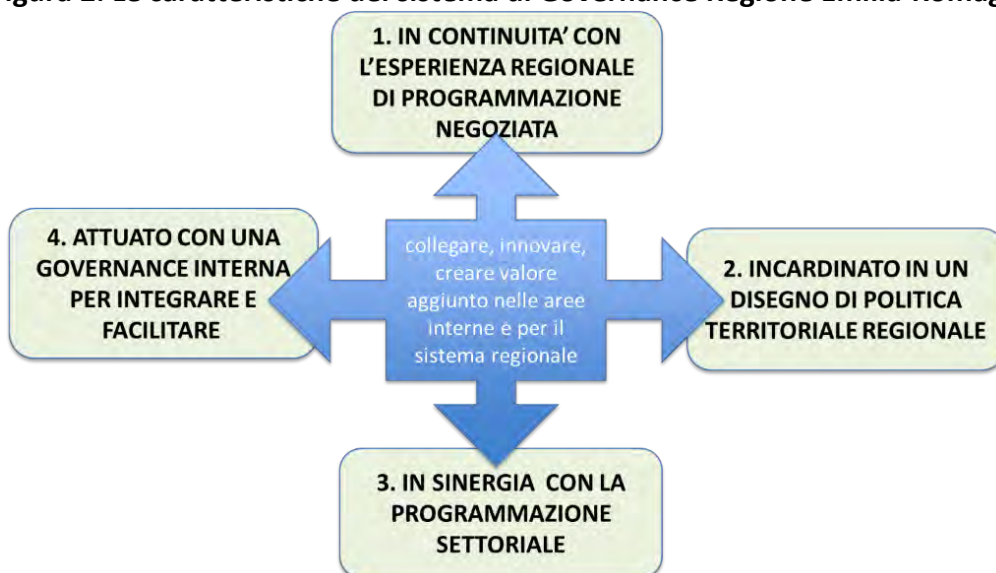
4. Il sistema di governance interna della Regione Emilia-Romagna

In coerenza con il proprio disegno di politica territoriale la Regione Emilia-Romagna si è dotata di una governance interna per coordinare l'attuazione della SNAI con l'intento di contrastare le condizioni di perifericità delle aree interne, promuovendo il rafforzamento delle relazioni con i soggetti portatori di know-how, e stimolando l'innovazione e la creazione di valore aggiunto.

Le caratteristiche del sistema di governance regionale possono essere così sintetizzate:

- **Continuità**, con l'esperienza di programmazione negoziata della Regione, che ha sedimentato nelle strutture regionali i "saperi tecnici", ma anche la capacità di collaborazione con i territori, in una visione aperta e facilitante. Le strutture regionali hanno messo il proprio know-how a disposizione del processo di attuazione della SNAI, per velocizzarlo e renderlo maggiormente efficace;
- **Incardinamento**, della SNAI nel disegno di politica territoriale della Regione, caratterizzato dalla presenza di diversi assi territoriali di sviluppo, con le Aree Interne pilota della Regione collocate come perni tra questi assi;
- **Sinergia**, con la programmazione settoriale della Regione, per favorire la coerenza dei progetti candidati, accrescerne la sostenibilità dopo il periodo di sperimentazione, sostenere la buona progettazione e attuazione, avvalersi di expertise consolidato proveniente dalle migliori esperienze regionali;
- **Facilitazione**, del processo di programmazione e attuazione delle strategie di area, attraverso la costruzione di un presidio organizzativo, capace di interloquire in maniera coordinata con gli attori delle Aree Interne, del livello nazionale e delle diverse direzioni regionali, di istruire le questioni, di anticipare i problemi e svolgere le necessarie istruttorie per individuare le soluzioni e, in definitiva, velocizzare il processo di attuazione della SNAI.

Figura 2: Le caratteristiche del sistema di Governance Regione Emilia-Romagna



Fonte: Rapporto "La Strategia Nazionale per le Aree Interne nella Regione Emilia-Romagna: stato di attuazione e prime riflessioni"²

² Rapporto disponibile al link: https://fondiuropei.regione.emilia-romagna.it/fondi-strutturali/temi/nucleo-valutazione/pubblicazioni/rapporto-snai-in-e-r/@download/file/Rapporto%20SNAI%20in%20E-R%20-%20Stato%20di%20attuazione_Pubblicazione_def.pdf

5. Il Caso dell'Appennino Emiliano

Questo caso è stato scelto con l'attesa che potesse dare indicazioni utili per la programmazione futura dell'obiettivo competitività, osservato dal punto di vista dei sistemi territoriali. La strategia dell'Appennino Emiliano, infatti, in modo più marcato rispetto alle altre strategie delle aree interne pilota regionali, punta in modo significativo al rafforzamento della competitività della filiera del Parmigiano Reggiano e in particolare del Parmigiano Reggiano di Montagna, concentrando su questo obiettivo un investimento significativo.

Si tratta di una filiera di produzione storica di questo territorio, che caratterizza fortemente la sua identità culturale, il suo paesaggio oltre che la sua economia e che da tempo vede gli allevatori di bovine da latte, i casari e gli altri soggetti locali lottare per mantenere un margine di profitto che si è progressivamente ridotto a beneficio dei soggetti della commercializzazione.

Anche se il punto di osservazione è quello del rafforzamento della competitività delle imprese che compongono la filiera, il caso consente di apprezzare l'emergere di una domanda multidimensionale alla quale la strategia di area prova a dare una risposta altrettanto multidimensionale e integrata attivando interventi diversi, finanziati da fondi e programmi diversi. Si tratta di interventi di rafforzamento produttivo in primis ma anche di innovazione, di rafforzamento della multifunzionalità delle aziende agricole e di trasformazione, per intercettare la domanda di turismo enogastronomico e salutistico.

Si tratta inoltre di interventi di formazione per adattare le competenze degli addetti alle necessità di sviluppo della filiera soprattutto per la sua internazionalizzazione e di interventi di istruzione per favorire negli studenti la conoscenza delle realtà produttive dell'area, promuovendo un'azione di avvicinamento della scuola al mercato del lavoro e veicolando conoscenze e competenze in sintonia con la domanda di sviluppo locale.

Un'altra ragione che ha spinto a concentrare lo studio su questo caso è lo stato di avanzamento. L'Appennino Emiliano è la prima area interna regionale ad aver sottoscritto l'APQ e diversi interventi sono già in fase di attuazione. Ciò permette di fare delle riflessioni anche sul processo di attuazione - risultati conseguiti, criticità, aspettative future - anche raccogliendo le opinioni di alcuni protagonisti locali. Ciò dà modo di confrontare il quadro delle intenzionalità, rappresentate nella strategia, con la realtà e di apprendere le lezioni per il futuro.

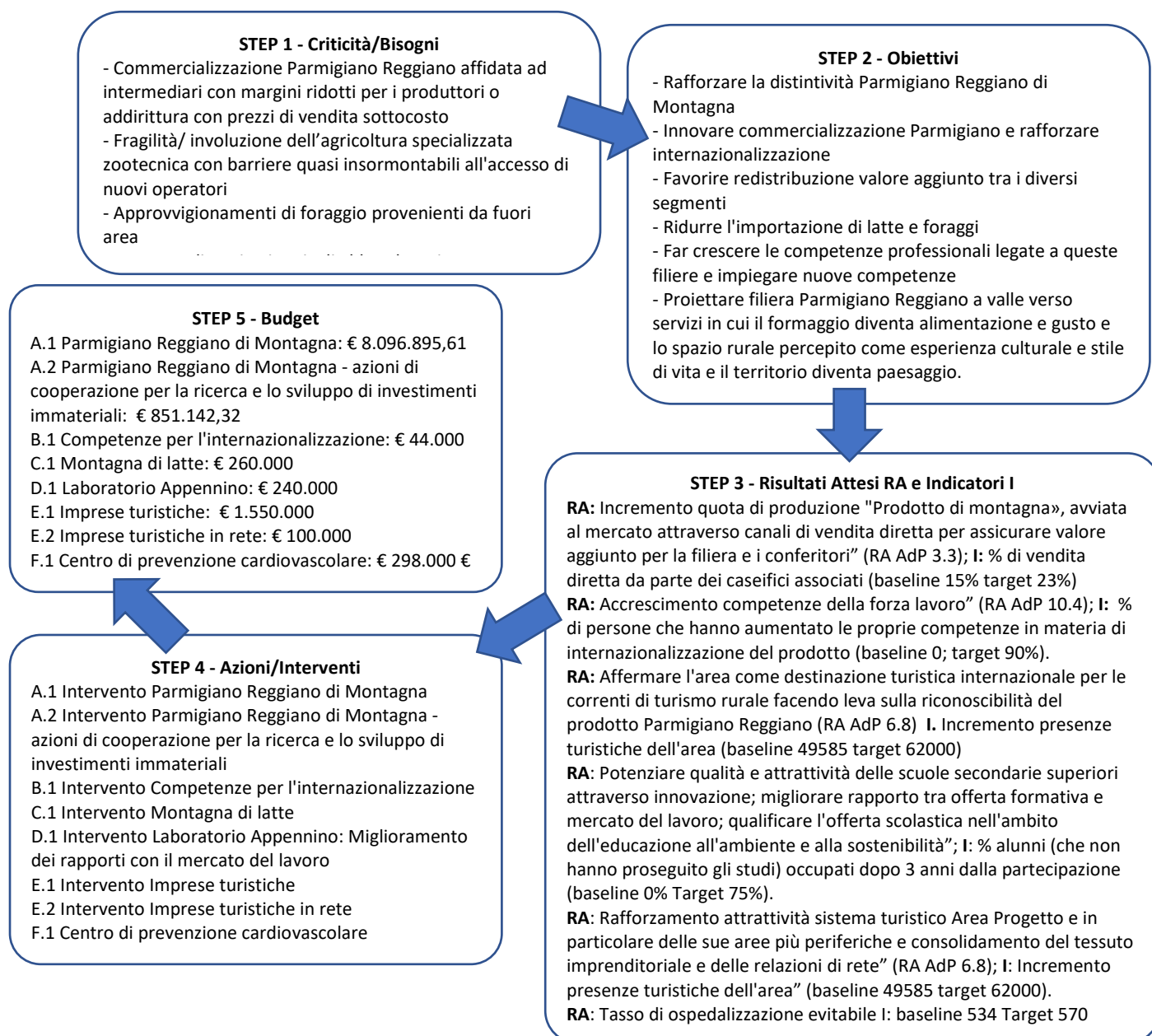
Lo studio di caso - concentrandosi sulla competitività territoriale della filiera del Parmigiano di montagna con un obiettivo di commerciare il prodotto attraverso canali di vendita diretta - rappresenta il cuore della strategia dell'area interna Appennino Emiliano, una delle quattro aree interne selezionate in Emilia-Romagna, denominata "Montagna del Latte", approvata a dicembre 2017 e il cui Accordo di Programma Quadro è stato sottoscritto il 20 novembre 2018 (la procedura di sottoscrizione è stata completata a febbraio 2019).

L'idea guida della strategia di area – la valorizzazione delle produzioni lattiero-casearie, di cui il Parmigiano Reggiano è il prodotto principe - richiama la vocazione economica del territorio, proponendola come emblema e leva per la ricerca di uno sviluppo locale duraturo. Partendo dal rafforzamento strutturale delle latterie, che sono la base produttiva primaria della filiera del Parmigiano Reggiano, s'intende innovarne le forme di commercializzazione, agendo anche attraverso il sistema formativo, per costruire profili professionali nuovi, orientati all'internazionalizzazione della filiera e alla promozione di competenze tecnico-scientifiche per il miglioramento produttivo inerenti le scienze chimiche e biologiche, promuovendo altresì una cultura e una consapevolezza diffuse nella società montanara. La nuova filiera, territorialmente

ricomposta, si proietta a valle verso servizi in cui il formaggio diviene alimentazione salutare, legati a una ruralità percepita come esperienza culturale, stile di vita per tutta la popolazione. Come un *fil rouge*, la montagna del latte attraversa il campo del turismo sostenibile, per caratterizzare l'area - una riserva della biosfera - quale destinazione rurale di rilievo continentale. Una seconda chiave di volta della proposta sviluppa proprio il tema degli stili di vita, di un benessere attivo, orientato alla salute e alla pratica sportiva, con un forte ruolo svolto dai servizi riabilitativi della cardiologia ospedaliera, dalla formazione sportiva di base di giovani e adolescenti, dall'innovazione del prodotto turistico attorno all'escursionismo, al cicloturismo e, naturalmente, all'alimentazione salutare.

L'insieme degli interventi diretti per la competitività della filiera del Parmigiano Reggiano di Montagna messi in campo dalla strategia, vengono descritti puntualmente in allegato mettendone in evidenza il livello di integrazione. Gli interventi sono per la maggior parte in fase di attuazione e ciò consente anche di mettere in luce la loro evoluzione. Di seguito una rappresentazione del quadro logico.

Figura 3: Rappresentazione del Quadro logico "Competitività filiera Parmigiano Reggiano"



5.1 Contesto specifico afferente alla filiera del Parmigiano Reggiano

In una economia agricola specializzata focalizzata sulla zootecnia, elemento irrinunciabile per l'identità e la coesione del territorio, che presenta rilevanti problemi di fragilità/involuzione occorre intervenire per rafforzare la distintività del prodotto di montagna; rispetto a questa specializzazione dominante (che presenta tuttavia barriere quasi insormontabili all'accesso di nuovi operatori), si pone anche l'esigenza di favorire la diversificazione verso produzioni "minori" che presentano minori o nulle barriere all'accesso di nuovi e giovani operatori, da associare anche ad una diversa considerazione delle potenzialità presenti nella filiera forestale.

Nel territorio è riconoscibile una catena del valore che connette risorsa locale-impresa-lavoro-reddito-servizi; catena del valore che si presenta con una articolazione significativa ma con elementi di grande fragilità: la costruzione e l'irrobustimento di filiere locali che realizzino approcci di "produzione congiunta" di beni (e servizi) pubblici, comunitari e di mercato, capaci di generare localmente importanti effetti redistributivi è dunque una chiave di volta decisiva, un *outcome* necessario, per ogni azione ed ogni strategia di sviluppo locale.

Le **criticità/fabbisogni** evidenziati nella strategia di area, afferenti alla filiera del Parmigiano Reggiano, sono espressi come segue:

- Commercializzazione del Parmigiano Reggiano affidata ad intermediari con margini ridotti per i produttori o addirittura con prezzi di vendita sottocosto
- Fragilità/ involuzione dell'agricoltura specializzata zootecnica con barriere quasi insormontabili all'accesso di nuovi operatori
- Approvvigionamenti di foraggio provenienti da fuori area
- Presenza di territori agricoli abbandonati

Gli **obiettivi** perseguiti ed evidenziati nella strategia di area, sempre afferenti alla filiera del Parmigiano Reggiano, sono espressi come segue:

- Rafforzare la distintività del Parmigiano Reggiano di Montagna
- Innovare la commercializzazione del Parmigiano Reggiano e rafforzare l'internazionalizzazione
- Favorire la redistribuzione del valore aggiunto tra i diversi segmenti
- Ridurre l'importazione di latte e foraggi
- Far crescere le competenze professionali legate a queste filiere e impiegare nuove competenze in una ricomposizione territoriale della filiera
- Proiettare la filiera del Parmigiano Reggiano a valle verso servizi in cui il formaggio diventa alimentazione e gusto e lo spazio rurale viene percepito come esperienza culturale e stile di vita e il territorio diventa paesaggio.

Il sistema territoriale dell'Appennino Emiliano partendo dalla coesione, indiscusso elemento di forza, ha scelto di migliorare la concentrazione, programmazione e commercializzazione dell'offerta attraverso i "Progetti di filiera" (PF), messi in campo dal Programma di sviluppo rurale.

Il PF consiste in un intervento complesso tra un gruppo di soggetti che operano nei diversi segmenti della filiera produttiva (produttori agricoli, trasformatori, distributori, ecc.) e che si distinguono in beneficiari diretti (se realizzano investimenti nel PF attraverso il PSR) e indiretti (se partecipano al PF senza il sostegno finanziario del PSR).

Tali soggetti, guidati e coordinati da un soggetto promotore/capofila, stipulano fra loro un “accordo” che individua obblighi e responsabilità di ciascuno e definiscono un “progetto” comune che stabilisce gli interventi che ogni beneficiario s’impegna a realizzare.

I PF finanziati contribuiscono a creare condizioni più favorevoli per le aziende agricole in particolare con riguardo al conferimento/vendita della materia prima agricola all’industria agroalimentare grazie a specifiche clausole previste dal bando regionale.

Gli interventi attivabili in un PF riguardano gli investimenti in strutture, impianti e attrezzature, spesso innovativi e con finalità ambientali, nelle aziende agricole e nelle imprese di trasformazione/commercializzazione.

Accanto a questi interventi, coloro che partecipano al PF hanno la facoltà di partecipare a corsi formativi ad hoc finalizzati al miglioramento delle conoscenze e competenze e di essere coinvolti in progetti di sviluppo dell’innovazione.

Il bando per i progetti di filiera prevede la partecipazione ai seguenti 4 tipi di operazione:

- 1.1.01 Sostegno formazione professionale
- 4.1.01 Investimenti aziende agricole
- 4.2.01 Investimenti imprese agroindustriali
- 16.2.01 Progetti pilota e sviluppo dell’innovazione.

Affinché il progetto sia ammissibile è necessario attivare entrambi i tipi di operazione relativi agli investimenti, sono invece facoltativi quelli relativi alla formazione e all’innovazione, anche se è previsto un punteggio premio per progetti che prevedano la componente innovativa.

5.2 Risultati attesi, indicatori di risultato e interventi collegati.

Di seguito si presenta una tabella con gli interventi della strategia di area che contribuiscono al raggiungimento dell’obiettivo unitario di rafforzare la competitività della filiera del Parmigiano Reggiano.

Sono descritti il titolo dell’intervento, con una breve descrizione, le risorse finanziarie e la loro fonte, lo stato di avanzamento dell’interventi (a giugno 2020), il risultato atteso e gli indicatori di risultato. La presentazione puntuale dell’intervento, dei risultati attesi, degli indicatori e del budget è esposta in allegato, dove si prova a rappresentare sia le intenzionalità emergenti dalla strategia di area, e quindi i legami funzionali con l’obiettivo di rafforzamento della filiera del PM, che, laddove in corso, l’attuazione e i suoi esiti.

Tabella 8: Rappresentazione sintetica dei risultati attesi, degli indicatori di risultato, le risorse dedicate e lo stato di avanzamento per singolo intervento

	Titolo intervento	Risorse e avanzamento	Risultati attesi	Indicatori di risultato
Agricoltura	A.1 Parmigiano Reggiano di montagna - Progetto di filiera proposto dal Consorzio Il Crinale, costituito da circa 30 aziende di allevamento e latterie)	€ 8.096.895,61 Feasr - In fase di conclusione	Incremento della quota di produzione "Prodotto di montagna" ed avviata al mercato attraverso canali di vendita diretta per assicurare valore aggiunto per la filiera e i conferitori	% di vendita diretta da parte dei caseifici associati (baseline 15% target 23%).
	A.2 Parmigiano Reggiano di Montagna - azioni di cooperazione per la ricerca e lo sviluppo di investimenti immateriali soprattutto per migliorare la qualità dei foraggi	€ 851.142,32, Feasr In fase di conclusione		
Formazione	B.1 Intervento Competenze per l'internazionalizzazione - per la formazione degli addetti della filiera del Parmigiano reggiano	€ 210.000 FSE Avviati 2 interventi (Re del Gusto e Lab valorizzazione turistica) per 44.000 €	Accrescimento delle competenze della forza lavoro (RA 10.4)	% di persone che hanno aumentato le competenze in internazionalizzazione del prodotto (baseline 0; target 90%).
Turismo	C.1 Intervento Montagna di latte - Creazione di un circuito organizzato e riconoscibile di fruizione turistica rurale basato sulla promozione di prodotti alimentari tipici e in particolare del Parmigiano Reggiano di Montagna	€ 260.000 Feasr, GAL Bando da pubblicare (In APQ l'importo del progetto è stato ridotto a 100.000 €)	Affermare l'area come destinazione turistica internazionale per il turismo rurale facendo leva sulla riconoscibilità del Parmigiano Reggiano (RA AdP 6.8)	Incremento presenze turistiche dell'area (baseline 49.585 target 62.000)
Istruzione	D.1 Intervento Laboratorio Appennino: Miglioramento dei rapporti con il mercato del lavoro – Azione “La scuola fuori dalla scuola, per la conoscenza delle realtà produttive del territorio”	€ 240.000 Legge di Stabilità Avviato	Potenziare qualità e attrattività delle scuole secondarie superiori con l'innovazione; migliorare rapporto offerta formativa mercato del lavoro; qualificare l'offerta scolastica nell'ambito dell'educazione ambientale e sostenibilità	% alunni (che non hanno proseguito gli studi) occupati dopo 3 anni dalla partecipazione (baseline 0% Target 75%).
Turismo	E.1 Intervento Imprese turistiche - creazione di nuovo prodotto turistico (sport all'aria aperta enogastronomia)	€ 1.550.000 Feasr, GAL Avviato, impegni per €1.000.000	Rafforzamento dell'attrattività del sistema turistico dell'Area Progetto, in particolare delle sue aree più periferiche e consolidamento del tessuto imprenditoriale e delle relazioni di rete (RA AdP 6.8)	Incremento presenze turistiche dell'area (baseline 49585 target 62000).
	E.2 Imprese turistiche in rete - costituzione e rafforzamento delle reti di imprese turistiche focalizzate sulla valorizzazione dell'offerta di fruizione sportiva, ambientale e orientata al benessere psico-fisico	€ 100.000 Bando da pubblicare		
Sanità	F.1 Centro di prevenzione cardio-vascolare primaria e secondaria – Creazione di un Centro di Riabilitazione Cardiovascolare (correlata a stili di vita salutari della Strategia); fattore di attrattività	€ 298.000 In corso	Miglioramento dello stato di salute del bacino di utenza provinciale	Tasso di ospedalizzazione (Baseline 534 Target 570)

5.3 Testimonianze dal territorio e dal mondo della produzione

Per approfondire le dinamiche in corso, acquisire informazioni dirette e capire quanto l'attuazione fosse in linea con il disegno programmato, è parso importante interloquire con alcuni opinion leaders dell'area. A questo scopo è stato preparato e organizzato un incontro a distanza, che si è svolto il primo ottobre 2020 (in allegato i partecipanti all'incontro e i quesiti valutativi posti).

Qui di seguito riportiamo i principali e più rilevanti aspetti emersi da tale incontro. In allegato è possibile trovare anche i partecipanti all'incontro e i quesiti sottoposti agli attori locali per guidare la discussione.

Per quanto riguarda i principali aspetti emersi, ci sono alcuni **elementi di contesto di cui tenere conto** per comprendere le dinamiche attuative del progetto. Il riferimento è in particolare al **mercato** del Parmigiano Reggiano, fortemente competitivo, teatro di rilevanti oscillazioni di prezzo che richiedono continui adattamenti strategici (la metafora usata è quella di provare a colpire un bersaglio mobile) e al **sistema di regole**, che non sempre ha consentito di fare tutto ciò che si voleva. È ad esempio il caso delle regole di demarcazione dei fondi per quanto attiene la formazione: con la formazione finanziata dal FEASR la platea è stata più ristretta di quanto si voleva mentre con il FSE, particolarmente mirato ai disoccupati e per quanto attiene alla formazione continua più focalizzata sulla riqualificazione aziendale piuttosto che sul rafforzamento di competenze inter-azienda, non si è riusciti a coinvolgere i produttori e i trasformatori né realizzare iniziative rivolte alla comunità nel suo complesso.

Avanzamento del progetto di filiera e difficoltà incontrate.

Gli investimenti nelle aziende agricole e nelle latterie (sale di lavorazione, magazzini di stoccaggio) sono stati completati e coinvolgono un totale di 28 aziende (2 in meno rispetto al target programmato) comprese 8 latterie tra le più rappresentative della montagna reggiana e un'azienda parmense (a Vairo nel comune di Palanzano - PR). Ma ciò che è maggiormente importante è che si è riusciti ad aprire un dialogo tra le varie aziende, aspetto non scontato, che ha avuto diversi momenti di crisi e per il cui esito positivo è stato rilevante l'apporto fornito da Confcooperative e Legacoop. Non si è riusciti a lavorare sulla commercializzazione comune del prodotto, su questo aspetto si è registrata una chiusura dei casari. Tante aspettative erano state riposte sul coinvolgimento di un'azienda che poi non si è insediata. La commercializzazione è un aspetto su cui si intende lavorare nel futuro, stoccando una percentuale del prodotto da destinare alla vendita con la creazione di un punto vendita comune: un obiettivo che andrà perseguito con le forze di questa rete e con l'aiuto pubblico. È un obiettivo complesso che richiede di acquisire competenze sulla commercializzazione che non sono scontate per le figure professionali che operano nelle aziende coinvolte. Forse una strada da percorrere sarà quella di affidare la commercializzazione a gruppi cooperativi. Intanto si sta organizzando un gruppo ristretto per lavorare sulla stagionatura e iniziare a lavorare sulla commercializzazione.

Anche le attività del progetto di innovazione, per caratterizzare la distintività del Parmigiano di Montagna, sono state completate a marzo 2020 con un esito (molto "Chiesi", abbastanza "Magnavacchi") positivo per quanto attiene la produzione dei foraggi e il benessere degli animali. In futuro sarà necessario lavorare su benessere degli animali e sostenibilità che sono aspetti divenuti rilevanti per la competitività del prodotto.

È abbastanza positivo il giudizio sul livello di integrazione degli interventi anche se si sono registrate alcune difficoltà: nelle attività di formazione (di cui si è detto) aggravate dalla difficoltà di organizzare una “classe” di partecipanti per la bassa densità abitativa, e nel sistema di governance e in particolare nella relazione con il GAL che si valuta non soddisfacente. Il tema del benessere, centrale nella strategia, rappresenta uno spazio di interconnessione tra servizi e sviluppo locale. Una rilevante attesa è riposta nell’attuazione dell’intervento “Centro di prevenzione cardiovascolare primaria e secondaria”, che dà concretezza alla Montagna di latte, che intende essere percepito come luogo di benessere. L’attuazione di questo intervento ha portato a conoscere un’azienda del territorio, leader nella produzione di macchine del benessere, che fa intravedere un filone potenziale di politica industriale.

Rispetto al tema degli elementi di successo e trasferibili dell’esperienza. Con chiarezza è emerso che l’approccio di mobilitazione del partenariato locale promosso dalla Strategia Nazionale Aree Interne ed il ruolo di facilitatore svolto dal gruppo tecnico nazionale e regionale, oltre che dell’assistenza tecnica locale e dalle centrali cooperative, è stato fondamentale per aggregare i produttori e avviare il progetto di filiera *“Aggregare le aziende agricole e le latterie è un risultato molto significativo. La SNAI è servita per innescare un processo anti-tendenziale, per far convergere la fiducia degli attori locali”* (Lupatelli).

Altro valore è stato il rafforzamento dei rapporti di collaborazione tra le latterie e il Centro Ricerche Produzioni Animali (CRPA) per l’utilizzo di foraggi e di tecniche di allevamento che favoriscono il benessere delle bovine da latte *“Grande importanza della collaborazione tra CRPA e aziende agricole: si uniscono e confrontano conoscenze scientifiche con pratiche aziendali”* (Chiesi).

Infine, l’attivazione di una coalizione locale ampia, che fa perno anche sugli attori istituzionali ha consentito una capacitazione delle pubbliche amministrazioni locali. *“La positiva attuazione della strategia nel suo complesso emerge anche nella relazione dei comuni limitrofi del crinale parmense che chiedono di entrare nell’area interna. Del percorso fatto non cambierei nulla. Sono di grande importanza anche i progetti di ambito sanitario come l’infermiere di comunità e il centro di prevenzione cardiologica. Senza la SNAI non sa cosa sarebbe successo, forse si sarebbero mosse solo alcune amministrazioni più dinamiche e alcune associazioni di categoria. La SNAI ci ha insegnato a fare le cose insieme”* (Bini).

Resta il rammarico per alcune opportunità che non si sono sapute cogliere *“Col senno del poi, forse si sarebbe potuto fare un progetto pilota con 4-5 aziende per promuovere la commercializzazione diretta tramite canali web”* (Magnavacchi).

Effetti generativi. Quali altri progetti sono stati attivati.

- Destinazione Emilia, un progetto con i 7 comuni dell’area progetto per mettere in rete i circuiti di mountain-bike
- Il progetto Alpe del Fai, con il recupero di un’antica fornace che rappresenta la storia del luogo
- Vari progetti di ricerca/innovazione: due GOI e un progetto Life

6. Insegnamenti e riflessioni su programmi e politiche: il punto di vista sul FEASR

L'analisi dei risultati attesi delle strategie SNAI approvate a livello Nazionale, Regionale e Locale secondo la chiave della competitività indica che il contributo del FEASR in questo ambito è particolarmente rilevante.

Il caso dell'Appennino Emiliano, dove il focus è sulla valorizzazione della filiera zootecnica locale, mostra come le produzioni agroalimentari tipiche locali possano diventare un volano di cambiamento grazie ad un investimento sulla riqualificazione dell'offerta e il suo ampliamento connesso alla diversificazione aziendale (agriturismo, vendita diretta, trasformazione) e all'adozione di processi produttivi più sostenibili e centrati sulla qualità. Per rispondere a questa esigenza di innovazione delle filiere produttive è stato garantito l'innesto di conoscenze esterne facilitando i collegamenti con centri di competenza e di ricerca.

La misura 16 "cooperazione" è stata qui la Misura chiave, e in questo caso l'elemento che ha permesso alla Regione Emilia-Romagna di rispondere efficacemente alle esigenze del territorio va individuato nell'azione di ascolto e interfaccia istituzionale qualificata posta in essere - grazie all'azione proattiva dell'AdG Feasr - per facilitare l'utilizzo dei dispositivi attuativi regionali piuttosto che in un loro adattamento in termini di criteri di selezione. Gli Attori locali sono concordi nel ritenere che l'intervento non si sarebbe attuato senza i tavoli di co-progettazione e ascolto previsti dalla Strategia.

Ulteriore elemento che emerge con forza dal caso è l'esigenza di integrare l'offerta di istruzione e formazione professionale con i percorsi di sviluppo locali. Per quel che concerne la formazione professionale serve potenziare la capacità dei Fondi di intervenire sinergicamente nell'ambito delle specifiche competenze. Inoltre, è necessario che nell'investire sull'istruzione come servizio di cittadinanza si rafforzino l'offerta formativa scolastica in relazione alle vocazioni territoriali e la capacità della scuola di fare rete con il territorio.

Infine, la costruzione di sinergie con il CLLD, anche in presenza di opportunità per la complementarità sul campo, si è rivelata difficoltosa, scontrandosi con le differenze di impostazione dei due strumenti (SNAI e CLLD). Il CLLD funziona principalmente attraverso una programmazione d'area vasta e dispositivi di attuazione calibrati sui territori rurali con criteri di selezione maggiormente mirati, laddove la strategia svolge un'azione di capacitazione degli attori locali rispetto al perseguimento di specifici risultati da concretizzare attraverso la realizzazione di interventi "*tailor-made*" e coerenti rispetto alle potenzialità degli attori e del contesto.

Gli insegnamenti di questo caso confermano che il contributo del FEASR agli obiettivi di competitività delle strategie nelle aree interne è essenziale e che per l'efficacia dell'azione contano gli strumenti messi a disposizione ma soprattutto l'approccio adottato. Guardando al futuro analogamente a quanto avvenuto con l'intervento sui servizi andrà garantito un approccio unitario che enfatizzi l'elemento di capacitazione degli attori locali e di sperimentazione di progetti innovativi per le filiere agricole.

7. Conclusioni e Apprendimenti per il laboratorio

Il rafforzamento della competitività delle imprese richiede di attivare interventi multidimensionali. Nel caso in esame la domanda di sviluppo locale ha riguardato e riguarda investimenti nelle singole aziende, investimenti su infrastrutture e funzioni comuni come la commercializzazione, innovazione delle pratiche colturali e connesse alle funzioni comuni, accrescimento delle competenze professionali. La disponibilità nei programmi di misure integrate è quindi importante per consentire di attivare questi investimenti in modalità integrata ma non sempre è sufficiente per innescare i processi di cambiamento necessari per la costruzione di reti fiduciarie tra produttori, per la crescita di scala, per la costituzione di una forza capace di fronteggiare i mercati competitivi e con rilevanti barriere all'ingresso. La misura 16 del PSR, usata per finanziare il progetto di filiera, seppure integri 4 diverse operazioni (investimenti aziende agricole, investimenti aziende agro-industriali, innovazione, formazione), nel caso in esame, non sarebbe stata sufficiente senza il lavoro di coinvolgimento e concertazione fatto grazie al metodo SNAI.

Il metodo, il lavoro sui processi, ha permesso di creare la rete fiduciaria che motiva gli attori locali a candidare un progetto comune. Emerge quindi la necessità di affiancare queste misure con un accompagnamento mirato, capace di attrarre anche l'impegno dei centri di competenza, tanto meglio se prossimi, perché in grado di dare continuità al proprio investimento. Nel caso in esame hanno avuto un ruolo rilevante soggetti radicati sul territorio come CRPA e le centrali cooperative che costituiscono un punto di riferimento percepito come autorevole dalle aziende locali. Il lavoro sul processo per la costruzione di reti fiduciarie sembrerebbe essere molto più necessario in territori spopolati con piccole aziende che, anche per un aspetto di dispersione territoriale e distanza tra essi, non si conoscono tra loro.

L'Approccio SNAI, *place based*, permette quindi di disegnare e realizzare interventi che partendo dalle esigenze degli attori rilevanti, in questo caso le aziende agricole produttrici della materia prima e i Consorzi di trasformazione, riescano a immaginare interventi integrati a monte e a valle della filiera. Il passaggio strategico sta nell'adozione di nuove competenze e tecnologie, in grado di agire sul nodo cruciale della scarsa attrattività del settore agricolo legata alla bassa remunerazione che esso può garantire sia al lavoro dipendente che a quello autonomo. L'obiettivo finale è quello di arrivare alla costruzione di una filiera corta, che permetta al produttore agricolo di riuscire a vendere direttamente una parte della produzione. Lavorando sulla qualità del prodotto e su un migliore coordinamento orizzontale tra produttori, si intende pervenire ad un margine più interessante per il produttore, come pure alla costruzione di una filiera corta. La ricaduta dovrebbe tradursi anche in un miglioramento dell'attrattività di un'area, che del "Savoir-Faire" di una produzione caratterizzante l'intero Paese, vuole fare un pivot fondamentale per la costruzione di un'economia locale del benessere; e di una rinnovata capacità di attirare turisti (Competitività del Territorio).

In particolare, si rileva il legame con gli interventi della scuola e della formazione, ma anche l'idea che migliorare la filiera del Parmigiano Reggiano, assicurando un più immediato legame con il mercato, possa avere delle ricadute in termini di costruzione di un'economia del benessere, che passa anche attraverso l'idea di una dieta alimentare migliore, e la costruzione di una rete sanitaria territoriale più performante. E con riferimento a questa varietà di interventi, finanziati da fondi e programmi diversi, e alle difficoltà di adattare gli interventi alle esigenze specifiche manifestate dagli attori locali, il caso ci dice dell'importanza che i dispositivi attuativi siano "attenti ai luoghi", che le regole dei fondi, che spesso irrigidiscono le possibilità di azione, siano adattabili alle necessità dei

territori più rarefatti (ad esempio regole di demarcazione e requisiti dei beneficiari della formazione) e consentano forme di flessibilità anche per conciliare i tempi di attuazione dei programmi con la maturazione del progetto a livello locale.

Il principale apprendimento emerso dunque, soprattutto a valle dell'incontro con i testimoni del territorio, è stato quello che l'intera azione chiave e l'organizzazione dei produttori attorno all'obiettivo ultimo comune sopra descritto, non sarebbe stato possibile senza la previsione, in Accordo di Partenariato e nel PO Regionale, di un metodo territoriale quale quello della Strategia Nazionale delle Aree Interne.

Proprio il lavoro di scouting e la mission territoriale costruita attorno alla Strategia ha permesso ai produttori – altrimenti divisi - di perseguire un obiettivo comune di qualità della produzione e di mercato comune. Dalle testimonianze è emerso chiaramente che questo territorio non sarebbe stato in grado di rispondere *tout court* ad un bando di filiera, e che l'accompagnamento previsto dalla Strategia è stato fondamentale: per l'individuazione dei bisogni, la costruzione in rete del risultato da raggiungere e infine la capacitazione necessaria per partecipare in maniera adeguata al bando regionale.

Tuttavia, il territorio ha potuto solo parzialmente raggiungere il proprio obiettivo. Se infatti risultano avanzati gli investimenti a livello delle singole aziende, specie sul versante del miglioramento della qualità dei foraggi e dello stoccaggio, meno avanzato è il processo di costruzione di una vera e propria Strategia per la commercializzazione diretta delle produzioni, poiché richiede tempo e unità di intenti, a riprova che l'attuazione delle Strategie va anch'essa accompagnata e discussa, anche con attività di Valutazione, come sta avvenendo con questo caso.

ALLEGATI

Link alla presentazione dello studio di caso e al video "FUTURO PRESENTE - MONTAGNA DEL LATTE" trasmessi nell'ambito del Laboratorio del Sistema Nazionale di Valutazione "Competitività di imprese e sistemi locali" del 13 ottobre 2020.

<https://fondieuropei.regione.emilia-romagna.it/notizie/2020/ottobre/competitivita-dei-territori-aree-interne-a-confronto>

Testimonianze dal territorio e dal mondo della produzione

Partecipanti all'incontro in video conferenza del primo ottobre 2020:

Per l'area interna:

1. Enrico Bini, referente dell'area interna e sindaco di Castelnovo ne' Monti
2. Marcello Chiesi, Consorzio "Il Crinale" che ha candidato il progetto di filiera
3. Giampiero Lupatelli, referente dell'Assistenza Tecnica locale (Consorzio Caire)
4. Adelfo Magnavacchi, direttore del CRPA- Centro Ricerche Produzioni Animali

Per il gruppo di studio:

5. N. Teresa Capua, Nucleo di valutazione e verifica investimenti pubblici dell'Emilia-Romagna
6. Teresa Schipani, AdG PSR Emilia-Romagna
7. Marilù D'Aloia, At dell'AdG del PSR dell'Emilia-Romagna
8. Sabrina Lucatelli, Nuvap
9. Silvia Martini, Nucleo di valutazione e verifica investimenti pubblici dell'Emilia-Romagna
10. Gianluca Parodi, Nucleo di valutazione e verifica investimenti pubblici dell'Emilia-Romagna
11. Daniela Storti, CREA

Le domande che hanno guidato il dialogo sono state le seguenti:

1. A che punto è l'avanzamento del progetto, ovvero a che punto siete con la realizzazione degli output?
2. Quali difficoltà sono state incontrate?
3. Quali obiettivi di commercializzazione sarà possibile raggiungere?
4. Quali effetti ha generato il progetto? (es. altri progetti)
5. Come sono le relazioni fra i partner del progetto di filiera? Sono stati attivati vantaggi per i produttori di base?
6. Quali sono le connessioni esistenti con altri progetti della strategia e in particolare con quelli relativi alla competitività?
7. Alla luce dell'esperienze fatta (se si potesse tornare indietro) cosa cambiereste nel percorso fatto?
8. Per il futuro che cosa manterreste di ciò che ha funzionato?
9. Per intercettare i fondi dei programmi come vi sareste comportati se non ci fosse stata la SNAI?

Gli interventi della strategia “La montagna del latte” funzionali al rafforzamento della competitività della filiera del Parmigiano Reggiano

AGRICOLTURA

A. Parmigiano Reggiano di Montagna

Risultato atteso: “Incremento della quota di produzione “Prodotto di montagna” ed avviata al mercato attraverso canali di vendita diretta per assicurare valore aggiunto per la filiera e i conferitori” (RA AdP 3.3);

Indicatore di risultato: “% di vendita diretta da parte dei caseifici associati (baseline 15% target 23%).

La copertura finanziaria è stata assicurata dal PSR per un valore di circa 9 milioni di euro.

A.1 Intervento Parmigiano Reggiano di montagna

L’intervento programmato nella strategia di area ha ad oggetto la filiera del Parmigiano Reggiano, e intende sostanziare la distintività del prodotto “Parmigiano Reggiano di Montagna” e introdurre innovazioni tecniche varietali e organizzative, con azioni materiali e immateriali, tra cui quelle per avviare la stagionatura e la commercializzazione diretta di una quota incrementale di Parmigiano Reggiano di Montagna, da parte dei soggetti della filiera, anche attraverso e-commerce nonché avviare azioni di ricerca, formazione, coaching. La Regione, attraverso il PSR, ha sostenuto il progetto di filiera “Parmigiano Reggiano di montagna” (€8.096.895,61) articolato tra investimenti per le aziende agricole (4.1.01), per le aziende agroindustriali (4.2.01) e progetto pilota per l’innovazione (16.2.01).

Gli investimenti sulla filiera del Parmigiano Reggiano di Montagna vedono coinvolte circa 30 latterie cooperative, raggruppate, allo scopo, in un Consorzio di secondo grado, “Il Crinale”, e aziende agricole, direttamente impegnate nella realizzazione di investimenti sostenuti dal progetto. Tali aziende salgono ad un centinaio tenendo conto di quelle comunque coinvolte nella strategia di promozione e sviluppo intrapresa dal Consorzio a cui si aggiunge una azienda commerciale di porzionamento e packaging del prodotto. Sono coinvolti nel Progetto di Filiera anche una importante istituzione di ricerca come il Centro Ricerche Produzioni Animali (CRPA) ed agenzie formative. Il progetto è in avanzata fase di esecuzione e sono stati completati, collaudati e inaugurati importanti interventi di significativo potenziamento della capacità produttiva e di stagionatura previsti.

A.2 Intervento Parmigiano Reggiano di Montagna - azioni di cooperazione per la ricerca e lo sviluppo di investimenti immateriali

Per rafforzare la componente innovativa dell’impianto strategico, nell’APQ, il territorio ha esplicitato un progetto di innovazione per la costituzione di un GOI (Gruppo Operativo di Innovazione) “Parmigiano Reggiano di montagna – Azioni di cooperazione per la ricerca e lo sviluppo di investimenti immateriali”. Si tratta di un intervento finanziato attraverso il PSR (€ 851.142,32) per migliorare la qualità dei foraggi destinati alle bovine da latte e predisporre dei protocolli di buone pratiche per i partecipanti per innalzare il livello medio dell’autoapprovvigionamento sia in termini quantitativi (nuove specie e varietà) sia qualitativi (tecniche, attrezzature e tempi di intervento).

FORMAZIONE

Risultato Atteso: “Accrescimento delle competenze della forza lavoro” (RA 10.4)

Indicatore di risultato: “% di persone che hanno aumentato le proprie competenze in materia di internazionalizzazione del prodotto” (baseline 0; target 90%).

B.1 Intervento Competenze per l'internazionalizzazione

L'intervento programmato dalla strategia di area ha come obiettivo di formare target di soggetti coinvolti nella strategia Montagna del latte attraverso due linee di azione: la prima avente come destinatari gli imprenditori delle piccole imprese agroalimentari (caseifici, imprenditori agricoli, etc.) per formarli sulle strategie di internazionalizzazione; la seconda mira a formare il personale di una unità produttiva del settore lattiero-caseario che intende investire nel territorio dell'Appennino Reggiano.

La copertura finanziaria è stata assicurata dal Por FSE per un importo programmato di €210.000.

Per l'attuazione di questo intervento, e degli altri interventi di strategia, l'AdG del Por FSE ha lanciato un bando ad hoc, aperto agli enti di formazione accreditati. Attraverso l'Azione “Formazione continua e accompagnamento per lo sviluppo e internazionalizzazione della filiera agroalimentare”, Asse I Occupazione, ha approvato e finanziato 2 interventi per un valore complessivo di circa €44.000: a) Laboratorio di valorizzazione turistica della “Montagna del latte” attraverso il social media Storytelling b) Il re del gusto: percorsi di formazione e consulenza di alta gastronomia per la valorizzazione del Parmigiano Reggiano di Montagna e dei prodotti tipici. Entrambe le azioni finanziate mirano a formare gli operatori locali per favorire la comprensione e attuazione della strategia di sviluppo turistico della “La montagna del latte” e la valorizzazione del Parmigiano Reggiano di montagna nell'alta gastronomia.

Altre iniziative di formazione inserite in Strategia e finalizzate al rafforzamento delle competenze degli operatori in tema di internazionalizzazione non sono state finora attuate perché non c'erano le condizioni di fattibilità: le imprese non sono ancora pronte per l'investimento sulla commercializzazione diretta e quindi la formazione ad hoc risulta prematura e i requisiti dei bandi, con riferimento alle caratteristiche e numero dei potenziali beneficiari dei percorsi formativi, non si sono rivelati rispondenti alle caratteristiche di scarsa densità delle imprese e limitati numeri degli operatori tipiche delle aree interne. Anche l'iniziativa pensata per la formazione del personale di un'azienda di commercializzazione che avrebbe dovuto insediarsi non ha trovato attuazione perché questa condizione non si è poi verificata.

TURISMO

C. Risultato atteso: “Affermare l'area come destinazione turistica internazionale per le correnti di turismo rurale facendo leva sulla riconoscibilità del prodotto Parmigiano Reggiano” (RA AdP 6.8)

Indicatore di risultato: Incremento presenze turistiche dell'area (baseline 49585 target 62000)

C.1 Intervento Montagna di latte

L'intervento prevede il sostegno agli investimenti delle reti tematiche del turismo rurale direttamente o indirettamente integrate con la filiera del Parmigiano Reggiano di Montagna. Nella strategia di area, questo intervento è finalizzato a costituire un circuito organizzato e riconoscibile di fruizione turistica rurale, basato sulla valorizzazione dei prodotti tipici, con particolare enfasi sul Parmigiano Reggiano di montagna, a cui collaborano cooperative di

trasformazione, imprenditori agricoli, alimentari e artigianali oltre che le strutture dell'offerta turistica e dei servizi turistici. La copertura finanziaria è assicurata attraverso il PAL del GAL "Antico Frignano" per €260.000.

Si attende la pubblicazione del bando per l'attuazione dell'intervento, entro il 2021.

ISTRUZIONE

Inoltre, la strategia di area ha programmato interventi che si rivolgono agli studenti dell'area, che includono diverse azioni formative, tra cui alcune finalizzate ad accrescere la consapevolezza sull'identità locale ed educare alla sostenibilità e a migliorare il rapporto tra offerta formativa e mercato del lavoro, per generare maggiore e migliore occupazione, specie della popolazione giovanile, anche favorendo interazioni con il mondo produttivo locale.

D. Risultato atteso: "Potenziare qualità e attrattività delle scuole secondarie superiori attraverso innovazione; migliorare rapporto tra offerta formativa e mercato del lavoro; qualificare l'offerta scolastica nell'ambito dell'educazione all'ambiente e alla sostenibilità"

Indicatore di risultato: "% alunni (che non hanno proseguito gli studi) occupati dopo 3 anni dalla partecipazione" (baseline 0% Target 75%).

D.1 Intervento Laboratorio Appennino: Miglioramento dei rapporti con il mercato del lavoro

Il progetto, in strategia, intendeva promuovere 4 azioni per migliorare il rapporto tra offerta formativa e mercato del lavoro. In concreto si tratta di servizi di affiancamento individuale degli alunni delle scuole superiori a rischio di abbandono, percorsi di alternanza scuola-lavoro, attività laboratoriali. Il costo totale di €360.000 è stato assicurato per €240.000 dalla Legge di stabilità e per la restante parte dal Por FSE.

Con le risorse della legge di stabilità sono state avviate 2 azioni tra cui "La scuola fuori dalla scuola", che ha previsto interventi di sostegno alle attività di alternanza scuola-lavoro, all'interno delle aziende o delle realtà più virtuose del territorio e della Regione, con la predisposizione di progettazioni condivise, per generare competenze utili alla valorizzazione della sostenibilità territoriale. Tra le realtà produttive coinvolte vi sono quelle della filiera del Parmigiano Reggiano. A causa del coronavirus queste attività si sono interrotte e riprenderanno appena possibile.

TURISMO

Il territorio ha proposto un intervento a valere sul PAL del GAL, che ha come ambito primario il turismo ma produce effetti anche sullo sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali. La sfida è quella di creare un collegamento tra il settore turistico e quello agroalimentare, attraverso un percorso di innovazione e qualificazione del settore della ristorazione, che dovrà creare proposte nutrizionali compatibili con le esigenze degli "sportivi" e allo stesso tempo sia in grado di valorizzare le produzioni tipiche locali. Analogamente, anche le strutture ricettive, di diversa tipologia, e gli altri servizi turistici (es. accompagnamento, informazione, ecc.) dovranno essere aiutate a innovare i servizi offerti affinché siano maggiormente adeguati alle esigenze di questo tipo di turismo.

E. Risultati atteso: "Rafforzamento dell'attrattività del sistema turistico dell'Area Progetto e in particolare delle sue aree più periferiche e consolidamento del tessuto imprenditoriale e delle relazioni di rete" (RA AdP 6.8)"

Indicatore di risultato: "Incremento presenze turistiche dell'area" (baseline 49585 target 62000).

E.1 Intervento Imprese turistiche in rete

L'intervento si prefigge di contribuire a creare un nuovo prodotto turistico per l'Appennino modenese e reggiano rivolto agli appassionati di sport all'aria aperta e al turismo attivo, sportivo e naturalistico. Attraverso la promozione di reti di imprese anche multisettoriali, si propone di creare una offerta nutrizionale adeguata agli sportivi e legata ai prodotti del territorio.

Il progetto, configurato nella strategia, intende sostenere i processi di miglioramento qualitativo delle imprese e l'estensione dei servizi offerti per favorire l'escursionismo, la fruizione sportiva e il benessere all'interno degli itinerari creati nell'area.

La copertura finanziaria è sostenuta attraverso il PAL del GAL "Antico Frignano", per un valore programmato di €1,5 milioni.

In APQ l'intervento è stato sdoppiato in 2 schede:

- E1 imprese turistiche (€1.550.000, avviato)
- E2 Imprese turistiche in rete (€100.000 - si attende la pubblicazione del bando, entro il 2021).

SANITÀ

F. Risultato atteso: Tasso di ospedalizzazione evitabile

Indicatore di risultato: Baseline 534 Target 570

F1. Centro di prevenzione cardiovascolare primaria e secondaria

Questo intervento è stato inserito dopo l'interlocuzione con gli attori territoriali, che hanno messo in luce il contributo che esso dà al raggiungimento dell'obiettivo di rafforzamento della competitività territoriale. Il progetto ha l'obiettivo di costituire un centro esperto per la prevenzione cardiovascolare, attivando un'assistenza differenziata e personalizzata, di tipo diagnostico strumentale, clinico, assistenziale, educativo, motivazionale e riabilitativo gestita da un team multiprofessionale dedicato. L'intervento, inserito in un contesto ambientale e paesaggistico privilegiato, può contribuire a valorizzare come fattore di successo l'immagine della Montagna, luogo naturale per la promozione del benessere psico-fisico e l'esercizio di attività salutari (attività motoria in una palestra a cielo aperto, alimentazione etc.) sino a configurarsi come fattore di attrazione per il territorio montano stesso.

La copertura finanziaria dell'intervento è assicurata dalla Legge di stabilità per un valore di €298.000.

