Unione Europea

MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E FORESTALI

LEADER+ e Turismo rurale

- Buone pratiche -

Rete Rurale Nazionale 2007.2013 - ITALIA
Rete di Reti nel Network Europeo per lo Sviluppo Rurale

il FUTURO nella RETE

Questo documento è stato realizzato nell’ambito del Programma della Rete Rurale Nazionale.

Il documento è stato curato da Milena Verrascina e Stefano Tomassini (INEA)

INDICE

Regione	GAL	*Titolo iniziativa*	
Lombardia	dei Due Laghi	***Una rete di B&B***	**pag. 5**
Emilia Romagna	Antico Frignano e Appennino Reggiano	***SATELBIKE***	**pag. 9**
Marche	Colli Esini	***Il distretto rurale di qualità***	**pag. 17**
Umbria	Trasimeno Orvietano	***Villaggio ecologico di educazione ambientale***	**pag. 29**
Umbria	Media Valle del Tevere e dei Monti Martani	***I circuiti del paesaggio***	**pag. 40**
Abruzzo	Maiella Verde	***La CARD turistica***	**pag. 48**
Abruzzo	Maiella Verde	***La galleria del gusto***	**pag. 57**
Molise	Innova Plus	***Le fattorie didattiche***	**pag. 68**
Campania	Casacastra	***Fattoria didattica sulle produzioni biologiche***	**pag. 76**
Puglia	Terra d'Arneo	***Realizzazione delle reti tematiche***	**pag. 86**
Sardegna	Lugodoro Goceano	***Iniziative per la valorizzazione delle produzioni locali***	**pag. 100**

Introduzione

Le buone pratiche raccolte in questo documento sono un estratto dei "Repertori delle Buone prassi" realizzate in ambito Leader+ (periodo di programmazione 2000-2006).
Il lavoro condotto con il programma Leader+ ha portato alla creazione di una Banca Dati di circa 500 esperienze e all'analisi e descrizione di 100 buone pratiche, presentate in 5 volumi che riguardano tutti gli ambiti di applicazione del programma.
In questa selezione abbiamo raccolto le esperienze più significative che attengono alla tematica del turismo rurale in tutte le sue implicazioni: dall'organizzazione dell'offerta territoriale e aziendale, alla gestione di itinerari e percorsi, alla connessione tra imprese ed elementi del territorio come fattore di competitività, alla trasformazione di un territorio in una logica di distretto.

Cos'è Leader

Leader (Liasons entre actions de développement de l'èconomie rurale), fin dal 1993, promuove lo sviluppo sostenibile, endogeno e integrato delle aree rurali italiane. In queste zone, attraverso la creazione di GAL - Gruppi di azione Locale (composti da soggetti pubblici locali e privati) vengono finanziate azioni integrate e multidisciplinari, che interessano tutti i settori dell'economia e della società rurale, finalizzate a valorizzare le risorse ambientali e paesaggistiche, storio-culturali, alimentari e gastronomiche, artigianali e artistiche.
In questa maniera Leader ha contribuito, soprattutto nelle aree più marginali, a creare/organizzare l'offerta turistica, migliorare la qualità delle produzioni locali e a salvaguardare il paesaggio, l'ambiente e la biodiversità.

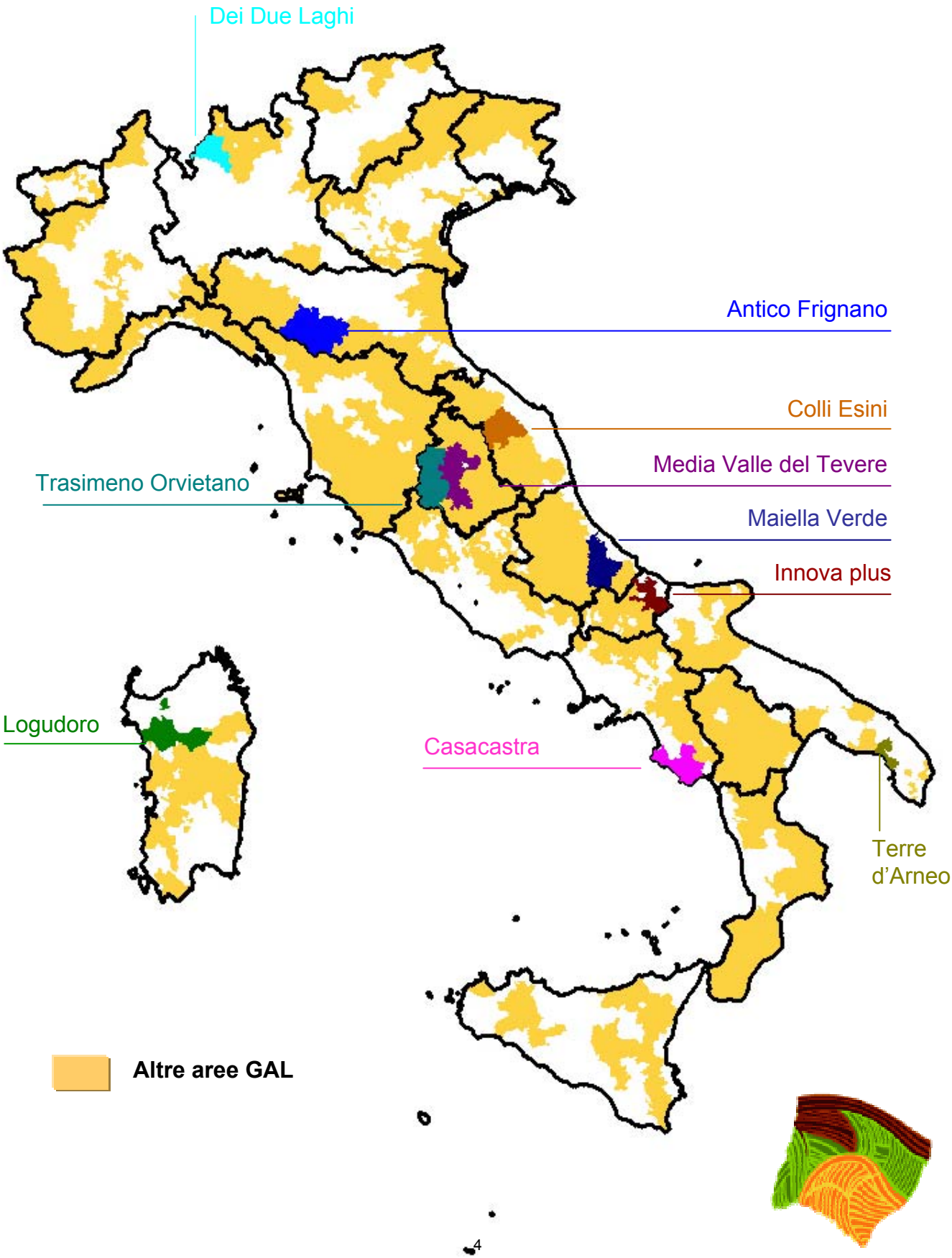
Leader e lo sviluppo rurale

Negli ultimi anni il mercato del turismo rurale è cresciuto in maniera esponenziale, non solo nelle regioni tradizionalmente vocate ma in tutto il territorio nazionale. In tutte le regioni l'offerta è sempre più qualificata, articolata e specializzata. Rispetto a questo fenomeno, è stato decisivo il ruolo delle politiche pubbliche, a partire da quelle promosse dall'Unione Europea, che sin dalla fine degli anni '80, hanno posto una grande attenzione allo sviluppo turistico delle aree rurali.
In particolare, alla promozione del turismo rurale viene assegnato un ruolo strategico nel favorire l'avvio e il consolidamento di processi di sviluppo delle aree rurali sostenibili, di carattere locale, gestiti dagli operatori presenti nell'area di intervento, basati sulle risorse endogene.
Leader, in quanto strumento della politica di sviluppo rurale comunitaria, ha contribuito a questo generale rilancio delle aree rurali e all'affermazione di molte realtà rurali in declino. Il turismo rurale rappresenta per molti GAL la tematica prioritaria attorno alla quale sono stati costruiti percorsi per promuovere lo sviluppo delle aree rurali; a questo tema sono state collegate azioni che hanno promosso anche altri settori di attività al fine di favorire lo sviluppo armonico dell'intero sistema socio-economico dell'area.
.

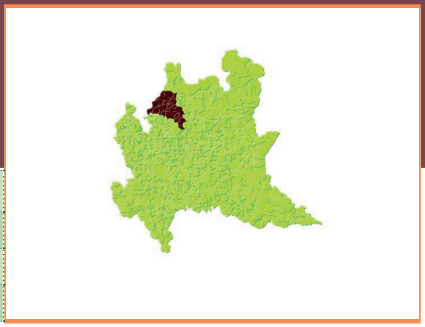
Le buone pratiche costituiscono un esempio utile sia per impostare le politiche di sviluppo rurale sia per quanti sono impegnati nella realizzazione di iniziative a livello locale. Perciò, la raccolta e la diffusione delle buone pratiche diviene una priorità strategica di Leader e in generale della politica di sviluppo rurale anche per il periodo di programmazione 2007-2013.

Per un approfondimento e per segnalare una buona pratica:
Rete Rurale Nazionale – Task Force Buone pratiche: www.reterurale.it

I GAL promotori delle iniziative



UNA RETE DI B&B



Regione – GAL	**Lombardia - GAL dei Due Laghi**
Settore	Sistema produttivo - Turismo rurale
Costo	Costo totale € 1.266.667; Contributo LEADER+ € 380.000
Data avvio lavori	Giugno 2004

Il progetto della rete di Bed&Breakfast si propone come uno strumento di sviluppo territoriale a partire dalle risorse locali per valorizzare il patrimonio ricettivo potenziale e per diversificare quello esistente, cercando di ottimizzarlo, diversificandolo e rendendolo più adeguato alle nuove esigenze di una domanda turistica crescente e sempre più diversificata[1].

1. LA NASCITA DELL'INIZIATIVA

1.1 Il contesto di riferimento e le motivazioni

Il territorio del Gal insiste su due province, Lecco e Como ed è caratterizzato da dinamiche di crescita della popolazione piuttosto esigue e, di conseguenza, da un fenomeno diffuso di invecchiamento della popolazione. L'occupazione si distribuisce sull'industria e sui servizi; tra i servizi un ruolo importante è svolto dalle attività legate al turismo. Il turismo per tutte le tre Comunità montane rappresenta infatti l'obiettivo centrale di sviluppo che si diversifica ovviamente secondo le vocazioni e le esperienze delle singole realtà.

Al turismo e alla valorizzazione e sfruttamento delle risorse interne al territorio è dedicata una delle 3 misure nelle quali è articolato il PSL.

L'obiettivo generale assunto nella Misura 1 è di costituire progressivamente, partendo dalla situazione attuale, un'area turistica competitiva sul piano nazionale e internazionale avendo i suoi punti di forza nei due laghi (di Como e del Ceresio), nell'arco di montagne sovrastanti e che al Pian di Spagna saldano le Alpi Lepontine con le Alpi Orobiche. L'intero territorio si caratterizza per la ricchezza e la varietà del suo patrimonio ambientale naturalistico e culturale, per alcune stazioni turistiche di lago e di montagna consolidate, per un'agricoltura con prodotti agro-alimentari tipici e che si diversifica verso nuove attività agrituristiche e di gestione ambientale, per un sistema industriale e artigianale diversificato e con alterne prospettive nella lavorazione del ferro, dei prodotti lattiero caseari, nel tessile, nel legno e in altre attività.

L'attenzione dedicata a questo tema ha fatto emergere però anche alcuni punti critici che riguardano:

a. l'inadeguatezza dell'offerta, nel suo insieme, soprattutto di quella ricettiva, e la sua polarizzazione in alcune località;

b. una carenza di una cultura turistica generalizzata e di una specifica cultura turistica d'impresa, soprattutto di carattere associativo;

c. un'alta stagionalità estiva, soprattutto nel turismo di lago e nelle montagne Lepontine, mentre in Valsassina è possibile una doppia stagionalità nelle località direttamente interessate allo sport delle nevi (polo sciistico di Barzio-Moggio, Margno e Casargo).

[1] Il caso studio è stato redatto da Laura Aguglia. Per la sua realizzazione è stato intervistato Giovanni Teatini (animatore del GAL) nel mese di luglio 2006. Le informazioni presenti nel caso studio sono state ricavate dal sito Internet del GAL, dai materiali prodotti dal GAL e dall'intervista.

1.2 Gli obiettivi dell'iniziativa

L'obiettivo del Piano di Sviluppo Locale dei Due Laghi di promuovere il turismo diffuso su tutto il territorio parte quindi da alcune considerazioni importanti:

- la debolezza sostanziale di un'offerta turistica scarsamente diversificata come tipologia, qualità e costi;
- la domanda crescente di un turismo che vuole scegliere le proprie vacanze o i propri viaggi in base ad un ventaglio diversificato di offerta non solo ricettiva ma complementare, comprensiva anche di "pacchetti" variamente tematizzati;
- una permanenza media del turismo, soprattutto internazionale, di 3 giorni;
- la presenza su tutto il territorio, soprattutto nelle località più interne e specificamente votate ad un turismo alternativo potenzialmente presente nelle diverse stagioni, di un potenziale patrimonio di offerta ricettiva e complementare non utilizzata, non messa sul mercato;
- la presenza di piccoli nuclei abbandonati o in fase di abbandono, inadeguatamente serviti sotto tutti gli aspetti.

L'obiettivo primario del progetto è dunque quello di valorizzare il patrimonio ricettivo potenziale e di diversificare quello esistente secondo i bisogni, gli interessi di una domanda turistica che vuole sempre più interessare un bacino internazionale le cui abitudini turistiche possono essere anche lontane da quelle attualmente presente nei territorio dei due laghi.

Lo strumento individuato è rappresentato da una rete di Bed & Breakfast, che colleghi le varie aree del territorio sia quelle delle sponde dei laghi che quelle montane più interne.

Questo intervento permetterebbe di:

- aumentare e migliorare l'offerta di strutture ricettive sfruttando in particolare modo le seconde case dei residenti che vengono utilizzate dai proprietari solo per periodi dell'anno limitati;
- aumentare il periodo medio di permanenza dei turisti portandolo da 3 a 7 giorni, soprattutto del turismo straniero che è più abituato a formule quali l'ospitalità in B&B;
- stimolare la imprenditorialità locale dei privati;
- incentivare il recupero di località marginali oggi abbandonate.

1.3 I soggetti coinvolti

Il Gal dei Due Laghi si è costituito il 17 Ottobre del 2002 sotto forma di Società Consortile a Responsabilità Limitata. La società non ha scopo di lucro ed ha per oggetto la promozione di nuove iniziative economiche al fine di favorire la valorizzazione delle risorse umane e materiali del territorio della Provincia di Como e della Provincia di Lecco ed aree limitrofe, stimolando la collaborazione tra enti locali ed imprenditorialità privata. Del Gal fanno parte 3 comunità montane, la Comunità Montana Alpi Lepontine, la Comunità Montana Alto Lario Occidentale e la Comunità Montana Valsassina, Valvarrone, Val D'Esino e Riviera, associazioni di pro-loco, unioni di comuni e soggetti privati (associazioni imprenditoriali).

Il progetto promosso dal Gal ha coinvolto la popolazione locale, ed in particolare, i privati possessori di seconde case da destinare ad uso turistico.

2. DALL'IDEAZIONE ALL'ATTUAZIONE

Per l'attuazione del progetto sono stati emessi 3 bandi per l'erogazione di contributi sui lavori di ristrutturazione e di acquisto di arredi finalizzati all'apertura o all'ammodernamento di Bed&Breakfast.

Le spese finanziate ammontavano al 30% di quelle ammissibili, intendendo per queste ultime spese per lavori edili, acquisto arredi, spese tecniche e di progettazione. Il 1 bando è stato dedicato al finanziamento di 8 strutture, con il 2 bando sono stati date risorse per 1 struttura, mentre nel 3 bando sono stati stanziati fondi per altre 14 strutture (delle quali 10 B&B e 4 rifugi alpini).

La procedura per partecipare ai bandi prevedeva l'invio di un modulo di adesione da parte dell'interessato e la presentazione del progetto che veniva poi esaminato per l'approvazione da parte del CdA del Gal.

3. I RISULTATI DELL'INIZIATIVA

La partecipazione della popolazione locale ai bandi emessi per questa iniziativa è stata buona e la valutazione deriva dal monitoraggio degli indicatori fisici che il Gal stesso ha previsto.

	Previsto	Finale	% Realizzata
N.ro Beneficiari	20	23	115
Posti Letto	80	140	175

Rispetto alle 20 strutture che era stato previsto di finanziare, sono stati effettuati lavori ed interventi per 23 strutture che attualmente sono disponibili sul mercato per l'accoglienza. In termini di posti letto, anche in questo caso ne sono stati realizzati 140 rispetti agli 80 preventivati. Inoltre, a scadenza del progetto è stato proposto un monitoraggio anche delle presenze ospitate per un confronto tra i dati ex-ante e quelli ex-post.

Il Gal ha organizzato alcuni moduli di formazione sulla gestione di B&B, con l'obiettivo di fornire gli strumenti principali di tipo organizzativo, amministrativo, di marketing, e di comunicazione (si veda box).

Sono stati utilizzati vari strumenti per pubblicizzare l'intervento e dare visibilità anche alle nuove strutture: la Newsletter del Gal, annunci tramite l'associazione dei B&B, l'annuario della provincia (al quale è obbligatorio comunque l'iscrizione da parte delle strutture), i siti Internet dei singoli B&B.

Dalla Newsletter del Gal

"Nelle giornate del 26, 27 e 28 Maggio 2005 si sono svolti con grande successo di presenze e di partecipazione i corsi per la gestione di Bed&Breakfast organizzati dal GAL dei Due Laghi a Gravedona ed a Barzio. I corsi hanno affrontato diverse tematiche legate al Bed&Breakfast. Nella giornata del 26 si è approfondito l'aspetto della gestione pratica, con una lezione di un cuoco che ha spiegato come gestire il servizio colazione. La lezione si è svolta presso un agriturismo a Consiglio di Rumo per Gravedona e presso la sede di Casargo dell'Agenzia Regionale del Lavoro per Barzio. Ai presenti, incuriositi e molto interessati, il cuoco ha illustrato l'allestimento del servizio a tavola, per poi soffermarsi sulle norme igieniche e di conservazione dei cibi. Nel pomeriggio si è sviluppata la parte legata alla promozione del Bed&Breakfst con un approfondimento sull'utilizzo dei sistemi informatici e sulla realizzazione di Siti e Portali Internet per comunicare la propria attività e sulla costituzione di associazioni e reti per migliorare ed ottimizzare la promozione ed il marketing. Nelle giornate del 27 e del 28 Maggio si è affrontata la Gestione Amministrativa di un Bed&Breakfast. Questa parte è stata approfondita dalla dottoressa Rossana Pessione, titolare di un B&B e Presidente dell'Associazione dei B&B in Provincia di Brescia "Come a Casa Tua". Alla fine dei corsi tutti i presenti hanno dimostrato una grande soddisfazione sull'organizzazione generale dei corsi ed un vivo interesse per l'apertura del nuovo bando da parte del GAL."

4. ANALISI DELLA BUONA PRATICA

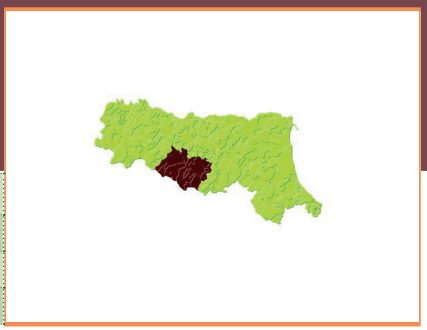
Gli aspetti più importanti emersi dall'analisi dell'iniziativa, che supportano l'inclusione di questa tra le buone pratiche, riguardano:

- lo stimolo all'imprenditorialità locale;
- il coinvolgimento di territori marginali;
- l'inserimento del progetto in un piano articolato di interventi per il turismo tematico ovvero tutta la Misura 1 del PSL;
- la valorizzazione delle risorse del territorio partendo dalle esigenze reali e concrete riscontrate; questo metodo ha portato come grande beneficio la facilità della realizzazione delle azioni e l'adesione dei beneficiari anche oltre le previsioni;
- la redazione del PSL con un approccio di analisi approfondita delle caratteristiche socio-economiche del territorio, dalle principali attività economiche presenti all'occupazione ai flussi turistici. Questo studio ha costituito una base importante per la valutazione delle esigenze del territorio e per la ideazione di soluzioni e proposte realizzabili. L'analisi è stata commissionata ad una società privata esterna la quale ha fornito un prodotto particolarmente prezioso per il Gal. Purtroppo questo tipo di competenze al momento non si trovano all'interno della struttura del Gal che invece avrebbe bisogno di professionalità simili;
- il rapporto di grande collaborazione tra il Gal e la regione.

L'iniziativa è quasi terminata e si possono individuare alcuni caratteri legati alle buone prassi, come mostra la griglia seguente.

	Soluzioni istituzionali/sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Analisi del metodo seguito			
Qualità	Pianificazione coerente delle attività dedicate al turismo in una intera misura del PSL	Redazione del PSL attraverso analisi del territorio commissionata a società specializzata	
Innovazione			Messa in rete dell'offerta turistica locale Connessione tra investimenti materiali e immateriali (formazione)
Integrazione	Tra caratteristiche del territorio, esigenze della comunità locale e sviluppo del turismo		
Analisi dei risultati			
Misurabilità-efficacia			
Sostenibilità		Economica e sociale: sviluppo imprenditorialità locale	
Aree di cambiamento			Iniziativa di facile realizzazione, ma ben mirata al contesto
Trasferibilità			
Analisi di contesto			
Contaminazione con altri strumenti di politica			
Utilizzo in altri settori			

SATELBIKE



Regione – GAL	**Emilia Romagna - Antico Frignano e Appennino Reggiano**
Settore	Servizi alla popolazione - Servizi ricreativi / sportivi
Costo	Contributo LEADER+ € 51.472; Costo totale € 64.339;
Data avvio lavori	Febbraio 2005

Il progetto, finanziato con il LEADER + ha introdotto l'uso del sistema GPS nell'ambito dei servizi al Cicloturismo nei territori LEADER dell'Appennino Modenese e dell'Appennino Reggiano, mediante la digitalizzazione di percorsi cicloturistici e la messa a disposizione degli utenti, in Web, dei relativi file scaricabili su GPS[1].

L'iniziativa ha inoltre previsto l'acquisto di apparecchiature GPS e la loro cessione in comodato gratuito a operatori pubblici e privati del settore per la diffusione degli stessi presso la loro utenza.

Il progetto, nato in primo luogo dall'esigenza di fronteggiare le difficoltà di mantenere l'attuale segnaletica dei percorsi cicloturistici, ha perseguito anche l'obiettivo di qualificare il prodotto turistico dedicato all'escursionismo in mountain bike (MTB) e di rendere più attrattivo il territorio per questo tipo di turismo, che, a parere degli operatori turistici, risulta essere in espansione.

1. LA NASCITA DELL'INIZIATIVA

1.1 Il contesto di riferimento e le motivazioni

Il contesto territoriale ed economico

Il territorio del GAL comprende le aree di media e alta montagna delle province di Modena e Reggio Emilia. Amministrativamente appartiene alla giurisdizione delle due province di Modena e Reggio Emilia e, all'interno di esse, di 4 Comunità Montante (Appennino Modena Est, Frignano, Appennino Modena Ovest e Appennino Reggiano) e 31 comuni, di cui 18 in territorio modenese e 13 in quello reggiano.

L'estensione territoriale dell'area è pari a 2.057,78 Kmq di cui 1.121,22 in provincia di Modena e 930,56 in provincia di Reggio Emilia, senza discontinuità territoriale.

All'interno dell'area sono riconosciuti ed operano 3 Enti Parco Regionali (Sassi di Roccamalatina, Alto Appennino Modenese, Del Gigante), la cui estensione territoriale è di 394 Km quadrati, pari al 19% del territorio

Come descritto nel documento di programmazione del LEADER +, "Il territorio PAL si può definire come un "insieme di vallate e di dorsali" adagiate su un piano inclinato che dallo spartiacque appenninico confine di regione cala lentamente verso la pianura. Sotto l'aspetto idrologico, idroclimatico e geologico, il territorio è un sistema assai diversificato, da una piovosità minima di 700 mm/anno della fascia nord, si sale lentamente fino ai 1.500 mm/anno di crinale e da un clima sostanzialmente temperato fino ad un temperato freddo.

Il turismo rappresenta una fonte occupazionale e di reddito consistente grazie alle caratteristiche rurali e peculiari del territorio (bellezze naturali, gastronomia e prodotti tipici, emergenze storico-culturali).

Secondo quanto valutato dal PAL, "la dotazione ricettiva sia alberghiera che extra-alberghiera è abbastanza uniformemente diffusa su tutto il territorio, anche se presenta punti di concentrazione in corrispondenza dei "poli" turistici più qualificati (es. Sestola) ma, quanto alle categorie di qualità, denota delle carenze.

Le presenze turistiche hanno, essenzialmente, una connotazione stagionale o bistagionale anche se, in questo ultimo periodo, sono in sensibile aumento le funzioni e le presenze pluristagionali.

[1] Il caso studio è stato redatto da Filippo Gotti. Per la sua realizzazione sono stati intervistati Gualtiero Lutti (Direttore GAL Antico Frignano e dell'Appennino Reggiano), Daniela Cavallo (Dipendente GAL Antico Frignano e dell'Appennino Reggiano), Gianni Barbieri (Presidente dell'Associazione Cimone MTB), Daniele Sergenti (Presidente del Consorzio Valli del Cimone), nel mese di agosto 2007. Tutte le informazioni presenti nel caso studio sono state ricavate dalle interviste, dal sito Internet del GAL /www.galmodenareggio.it e di Emilia Romagna Bike www.emiliaromagnabike.it, dal PAL Appennino Modenese e Reggiano.

Altro connotato sempre più visibile delle presenze turistiche è la durata breve (mordi e fuggi).

Il commercio è, abbastanza strettamente, collegato alle specificità del territorio e, soprattutto al turismo.

Per quanto riguarda, in particolare, la ristorazione, è diffusa su tutto il territorio PAL e fa riferimento alle specificità culinarie e gastronomiche locali e dei prodotti tipici (pasta, salumi, funghi e frutti del sottobosco, ecc.).

Inoltre, la gastronomia ha una rilevante integrazione intra ed extra-settoriale, in particolare con l'agricoltura, l'agriturismo, il sistema dei Parchi, ecc.

Tuttavia, turismo e commercio manifestano segni di sofferenza e di difficoltà, taluni in aumento:

- inadeguata dinamica del processo di qualificazione delle strutture ricettive e dell'offerta;
- carenze di qualificazione e formazione dell'imprenditoria;
- scarso raccordo organizzativo;
- lentezza nell'accesso ai nuovi strumenti e tecnologie di accesso al mercato (e-commerce, tele-prenotazione, ecc);
- non pieno utilizzo delle specificità e peculiarità del territorio e delle sue bellezze e segni;
- difficoltà di "ricambio generazionale".

Il contesto organizzativo

Il progetto è stato finanziato dal Piano di Azione Locale (PAL) Appennino Modenese e Reggiano 2000-2006, nell'ambito della IC LEADER+.

Il GAL, nato nel 1996 come Gruppo di Azione Locale Antico Frignano, ha assunto nel 2000 la denominazione di Gruppo di Azione Locale Antico Frignano e dell'Appennino Reggiano a seguito dell'adesione del territorio appenninico della provincia di Reggio Emilia e dei relativi Enti e Associazioni di categoria in qualità di soci.

L'attuale base sociale del GAL è costituita da 11 enti pubblici (Province, Comunità Montane, Enti Parco, Unioni di Comuni) e da 27 soggetti privati (banche, associazioni di categoria agricole, artigianali, turistiche e commerciali, consorzi di promozione turistica e commerciale).

1.2 Gli obiettivi dell'iniziativa

Il progetto si è prefisso l'introduzione del sistema GPS nell'ambito dei servizi al Cicloturismo con gli obiettivi specifici di:

- fornire un supporto per orientarsi nell'escursione, in particolare nei sentieri più impervi e meno segnalati, senza dover utilizzare carte topografiche ed altre attrezzature necessarie (bussola, altimetro) scomode e di difficile consultazione sul posto;
- "personalizzare" le escursioni dei ciclisti, consentendo di individuare in piena autonomia i sentieri più interessanti e pianificare il percorso, le tappe, il tempo di svolgimento;
- fornire la possibilità accedere rapidamente alle informazioni su nuovi itinerari direttamente sul proprio computer, attraverso Internet, e di scaricarlo sul GPS della mountain bike, attraverso gli appositi slot di memoria.

L'idea, nata valutando in particolare le difficoltà di mantenere continuamente aggiornata e manutenuta la segnaletica (anche causa del frequente deterioramento della stessa a causa di eventi vandalici e climatici) aveva, a medio termine, i seguenti ulteriori obiettivi generali:

- qualificare il prodotto turistico dedicato all'escursionismo in mountain bike per renderlo più attraente per la promo-commercializzazione, quindi più competitivo rispetto alle attese ed esigenze dei target più esigenti;

- creare una rete coordinata ed integrata di circuiti escursionistici nel territorio appenninico delle due province interessate (Modena e Reggio), capace di supportare la diffusione di prodotti turistici specifici e mirati per i cicloturisti;
- adeguare l'offerta per uniformarla in un'unica immagine a carattere regionale tramite l'adesione di tutti gli operatori al Club di Prodotto Emilia Romagna Bike e il mantenimento e miglioramento degli standard di qualità definiti dallo specifico disciplinare.

La realizzazione del progetto ha previsto le seguenti fasi di attività e relativi obiettivi realizzativi:

1. Digitalizzazione, in ambiente informatico GPS, di un centinaio di itinerari per le mountain bike dell'Appennino modenese e reggiano, inserimento di "punti noti" come i toponimi, i punti tappa dell'itinerario, i profili longitudinali per il calcolo delle pendenze, le emergenza architettoniche ed ambientali, le strutture ricettive che ospitano escursionisti in MTB, ristoranti tipici, ecc;

2. Verifica sul posto della digitalizzazione dei percorsi, per individuare eventuali imperfezioni ed errori da correggere al fine di avere un prodotto affidabile;

3. Realizzazione di un portale Web in cui inserire i percorsi digitalizzati di cui al punto 1 che consenta agli escursionisti di MTB di scaricare, attraverso il proprio computer, uno o più itinerari sul proprio GPS e di personalizzare la pianificazione dell'escursione a piacimento;

4. Acquisto sul mercato di 100 GPS, del tipo a bassa complessità e di costo modesto, da assegnare ad operatori turistici, specificamente individuati, perché li affittino agli escursionisti del territorio.

Sono state inoltre previste alcune azioni di accompagnamento atte a preparare gli operatori turistici del territorio e divulgare agli escursionisti e cicloturisti la nuova opportunità di fruizione:

1. Realizzazione di un breve corso di formazione per gli operatori turistici, al fine di metterli in grado di gestire al meglio la strumentazione assegnata, di scaricare sul GPS nuove mappe di itinerari, di dare le informazioni essenziali agli escursionisti;

2. Realizzazione di una campagna promozionale per divulgare la nuova opportunità turistica, utilizzando diversi strumenti, dalla conferenza stampa, ad appositi materiali pubblicitari sia cartacei che sul Web, nei siti di carattere turistico.

L'idea progettuale appare piuttosto innovativa sia dal punto di vista tecnologico, pur esistendo iniziative analoghe in Europa e in un caso anche in Italia (a Livigno), sia per la creazione della rete di soggetti locali a sostegno dell'iniziativa.

L'iniziativa infine è complementare con gli obiettivi della programmazione del turismo sportivo promossa dal territorio. In particolare, l'Obiettivo 2 ha finanziato il recupero e la manutenzione di sentieri escursionistici, dando priorità ai sentieri interessati da questa iniziativa.

1.3 I soggetti coinvolti

I promotori del progetto sono il Consorzio di promozione turistica "Valli del Cimone" e l'Associazione "Cimone MTB".

I cofinanziatori sono il Consorzio "Valli del Cimone" e la Provincia di Reggio Emilia.

In fase di realizzazione è stato affidato un incarico al Club "di prodotto" "Emilia Romagna Bike", i cui "soci promotori" sono il Consorzio "Valli del Cimone"e l'Associazione "Strada dei Vini e dei Sapori della Provincia di Ferrara", per quanto riguarda le attività di digitalizzazione dei percorsi e l'inserimento degli stessi in Web,

Il GAL ha curato direttamente l'acquisto e la relativa distribuzione in comodato gratuito dei GPS ad operatori turistici o di settore distribuiti sul territorio, quali:

- alberghi
- noleggi bike
- agriturismi
- camping
- rifugi/foresterie
- comunità montane
- uffici turistici
- APT/pro loco
- Associazioni bikers

L'Ufficio Turistico della Provincia di Reggio Emilia ha svolto attività di raccordo tra il GAL e gli operatori turistici della provincia. Questo ruolo, nel territorio modenese è stato ricoperto dal Consorzio "Valli del Cimone".

2. DALL'IDEAZIONE ALL'ATTUAZIONE

Le fasi preparatorie dell'iniziativa hanno previsto attività di animazione e confronto con il territorio, in particolare con i due parchi interessati (Parco del Gigante e dell'Alto Appennino Modenese), con gli enti locali (Comuni e Comunità Montane), con le strutture private e le associazioni interessate al cicloturismo.

Inizialmente vi sono state difficoltà nel reperire i soggetti cofinanziatori, in particolare nella Provincia di Reggio. L'innovatività della proposta e la rilevanza data al cicloturismo ha consentito poi di ottenere i necessari consensi dell'iniziativa.

Al riscontro positivo ottenuto in queste fasi ha fatto seguito l'approvazione dell'iniziativa da parte del GAL avvenuta nel Febbraio 2005 e quindi l'incarico per l'attività di rilevazione e informatizzione della sentieristica nel Maggio 2005.

Nel novembre 2005 è terminata la fase di digitalizzazione di 65 sentieri (40 in provincia di Modena e 25 in provincia di Reggio E.) per un totale di circa 750 km, su 1.500 percorsi cicloturistici esistenti nell'area.

Tale fase ha previsto l'utilizzo sia di esperti di settore, che di esperti tecnici, presenti nell'Associazione incaricata del lavoro.

Per quanto riguarda la distribuzione dei GPS agli operatori, il GAL ha pubblicato una lettera di invito a manifestarne l'interesse, a cui hanno aderito, ad oggi, 43 operatori reggiani e 21 modenesi.

La distribuzione delle apparecchiature si è svolta nella primavera del 2006, a fronte di un contratto di comodato gratuito della durata di 2 anni, che prevede il divieto di cessione dei GPS l'obbligo alla manutenzione, l'impegno alla distribuzione a chiunque voglia utilizzarlo nel territorio del GAL.

Al momento della distribuzione delle apparecchiature gli operatori sono stati formati all'uso delle stesse e dei relativi programmi informatici.

In questa fase si è registrato qualche problema logistico nella gestione della rete degli operatori, in particolare nella Provincia di Reggio dove è mancato, inizialmente, il ruolo di un soggetto terzo intermediario, ricoperto poi dall'Ufficio Turistico Provinciale. Nell'estate del 2006 l'iniziativa era dunque a regime solo nella Provincia di Modena.

In seguito gli operatori che hanno aderito sono in maggioranza reggiani e anche adesso ci sono ulteriori richieste di GPS provenienti da operatori dello stesso territorio.

Sono state condotte le seguenti attività di divulgazione e comunicazione:

- sono state organizzate due conferenze stampa;
- sono stati prodotti depliant informativi;
- è stato prodotto un servizio televisivo divulgativo;
- sono state svolte attività di comunicazione nell'ambito di "eventi" organizzati nel territorio (ad esempio, i due principali eventi sono stati il raduno dei "free ride", a cui hanno partecipato circa 1.000 persone e la gara "Gran Fondo" che fa parte di un campionato nazionale di "cross country", a cui hanno partecipato circa 500 concorrenti);
- sono stati pubblicati articoli sia su riviste specializzate che su quotidiani locali;
- sono stati inseriti dei link con il sito di E.R. Bike in altri siti turistici e di settore.

3. I RISULTATI DELL'INIZIATIVA

I risultati realizzativi dell'iniziativa sono i seguenti:

- verifica su campo e digitalizzazione in file leggibili da GPS di 65 percorsi cicloturistici;
- messa a disposizione dei file sul sito internet di Emilia Romagna Bike;
- acquisto di 100 apparecchi GPS;
- concessione in comodato di 64 GPS a operatori turistici o di settore;
- svolgimento di attività di divulgazione, comunicazione e assistenza.

Attualmente vengono inoltre ancora svolte periodicamente attività sul campo di verifica e di eventuale aggiornamento della sentieristica.

Al momento non sono disponibili dati quantitativi di monitoraggio sull'utenza legata all'iniziativa. E' prevista comunque un'attività di raccolta dati presso gli operatori turistici sul numero di GPS affittati e di rilevazione dal sito internet del numero di utenti in consultazione e in download. Non sono previsti indicatori di misurazione dell'efficienza e dell'efficacia dell'iniziativa.

Sulla base delle opinioni rilevate si può affermare che l'iniziativa contribuisce sicuramente a risolvere i problemi legati al malfunzionamento della segnaletica, e quindi migliora la sicurezza e il confort degli utenti, e a fornire ulteriori servizi alla clientela cicloturistica.

Per quanto riguarda la Provincia di Modena si ha la sensazione che l'iniziativa abbia avuto presa più su profili di cicloturisti professionali o semiprofessionali, piuttosto che su quelli amatoriali/ occasionali. Tale genere di utenza è usualmente già dotata di GPS e utilizza i file scaricabili dal web. Meno successi si sono invece riscontrati con l'utenza amatoriale, anche per una certa difficoltà di approccio con l'innovazione tecnologica. Sembra quindi che l'attività di comunicazione e divulgazione abbia ben funzionato sulla domanda potenziale di tipo specialistico, ma non sia stata efficace rispetto all'obiettivo di ampliare la base di utenza.

Nella Provincia di Reggio E. invece ci sono stati riscontri molto superiori alle attese per quanto riguarda le domande di apparecchiature GPS in comodato e questo fa supporre il diffondersi dell'utilizzo dello strumento anche a livello amatoriale e occasionale.

Ancora più difficile stabilire quanto l'aumento di questi tipi di utenza generi in termini di nuove presenze turistiche. Il cicloturismo professionale e semiprofessionale viene considerato un tipo di turismo "mordi e fuggi" e quindi con scarsa o nulla permanenza. Tuttavia localmente questa tipologia di turismo suscita notevole interesse per diversi motivi, quali:

- appare essere di una certa consistenza e diffusione e quindi genera comunque un buon volume di affari;
- appare essere in crescita;
- contribuisce a formare un'immagine positiva del territorio;
- in occasione degli eventi organizzati attrae grandi numeri di presenze.

L'iniziativa è replicabile sia in altri territori, che in altri ambiti del turismo sportivo.

L'Associazione Cimone MTB ha gia sviluppato un analogo prodotto per il Comune di Castelvetro (finanziato dal Comune stesso) e il Comune di Pavullo ha comunicato l'intenzione di ampliare il prodotto a tutti i percorsi presenti nel suo territorio.

Il GAL sta valutando l'opportunità di ampliare l'iniziativa sia a tutti gli altri percorsi cicloturistici, sia ad altre infrastrutture legate alle attività sportive praticate nel territorio, quali ippovie, piste da sci di fondo, sentieri per il trekking.

Una valutazione dei punti di forza dell'iniziativa porta ad individuare:

- la creazione di servizi aggiuntivi per un profilo di utenza turistica ritenuto strategico per l'area;
- il rafforzamento dell'immagine per la parte modenese del territorio del GAL e la generazione di un effetto di trascinamento per la parte reggiana;
- i contenuti tecnologici e il disegno gestionale dell'iniziativa la rendono innovativa;
- l'iniziativa si è dimostrata replicabile e sostenibile.

I punti di debolezza evidenziati dall'analisi sono:

- problemi di utilizzo e diffusione tra l'utenza meno esperta e quindi incertezza sugli effetti in termini di allargamento della base di utenza;
- ritardo nell'attività di monitoraggio dei risultati e degli effetti.

4. ANALISI DELLA BUONA PRATICA

Gi elementi che caratterizzano quest'iniziativa come buona pratica possono essere così sintetizzati:

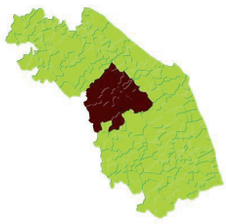
- l'iniziativa è stata promossa e valutata attraverso un processo bottom-up;
- l'elaborazione del progetto è avvenuta con un approccio partecipativo e condiviso con un'ampia platea di soggetti;
- l'idea progettuale è innovativa sia dal punto di vista tecnologico che gestionale;
- la realizzazione del progetto è avvenuta mediante un rapporto di collaborazione efficace del GAL sia con specialisti del settore, sia con operatori turistici e settoriali e ha valorizzato specifiche professionalità;
- la gestione dell'iniziativa ha creato una rete gestionale di differenti soggetti che partecipano all'iniziativa senza essere né beneficiari né destinatari dell'iniziativa e ha messo in rete i circuiti cicloturistici del territorio;
- la realizzazione dell'iniziativa ha contribuito a rafforzare una connotazione di immagine già presente in una parte del territorio, ampliandola al complesso del territorio del GAL ;
- l'iniziativa ha le potenzialità per essere diffusa anche ad altre iniziative nell'ambito Leader;
- l'iniziativa ha dimostrato la capacità di essere diffusa anche al di fuori dell'ambito Leader.

Caratteri del LEADER	Declinazione dei caratteri
Approccio territoriale	· l'iniziativa per definizione è fortemente legata al territorio
Approccio dal basso	· l'idea progettuale nasce come iniziativa di gruppi locali di promozione turistica e settoriale
Partnership/Integrazione/Rete	· sia in fase di realizzazione che di gestione l'iniziativa ha visto la collaborazione di soggetti diversi (enti di promozione turistica, associazioni di settore, operatori turistici) messi in rete dall'iniziativa e ha creato una rete di servizi per i cicloturisti
Innovazione	· dal punto di vista tecnologico in Italia esiste solo un'altra applicazione analoga, dal punto di vista gestionale (messa in rete degli operatori in grado di offrire questo tipo di servizio) appare del tutto innovativa

	Soluzioni istituzionali/sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Analisi del metodo seguito			
Qualità	Approccio partecipativo nella formulazione del progetto	Cura nell'individuazione dei soggetti necessari alle fasi di realizzazione e gestione	Sito internet molto specializzato e ben connesso al web
Innovazione		Messa in rete di operatori né beneficiari né destinatari dell'iniziativa	Utilizzo di tecnologia piuttosto innovativa per il settore
Integrazione	Collaborazione tra gli enti territoriali e turistici delle due province		Messa in rete delle iniziative cicloturistiche delle due province
Analisi dei risultati			
Misurabilità-efficacia		Registrazione utenti apparecchi GPS in comodato	Conteggio degli utenti del sito internet
Sostenibilità	L'iniziativa vede il forte interesse di enti di promozione turistica e di associazioni settoriali	La gestione dell'iniziativa procede anche grazie alla collaborazione di operatori turistici e di settore di vario genere	L'iniziativa è economicamente sostenibile: l'aggiornamento della sentieristica richiede un impegno di attività che vengono svolte dall'associazione. Ambientalmente contribuisce a diminuire l'impatto della segnaletica
Aree di cambiamento			L'iniziativa probabilmente contribuisce allo sviluppo del cicloturismo in aree tradizionalmente non vocate.
Trasferibilità			
Analisi di contesto			L'iniziativa è stata replicata in un altro territorio limitrofo
Contaminazione con altri strumenti di politica			Nell'ambito dell'Ob. 2 sono stati risistemati alcuni dei percorsi oggetto dell'iniziativa
Utilizzo in altri settori	In fase di valutazione	In fase di valutazione	Applicabile ad attività quali turismo equestre, sci di fondo, trekking

IL DISTRETTO RURALE DI QUALITÀ

Regione - GAL	**Marche – GAL Colli Esini**
Settore	Sistema produttivo - Servizi
Costo	CT 633.638, SP 479.356
Data avvio lavori	Febbraio 2004



Il Distretto rurale di qualità è un progetto di marketing territoriale relativo all'area che si estende dall'entroterra del comune di Jesi alle pendici dell'Appennino, toccando la valle del Misa a nord e quella del Musone a sud. Il progetto intende valorizzare la produzioni locali e tipiche, le risorse naturali e artigianali, le attività turistiche e imprenditoriali, creando una immagine riconoscibile del territorio, attraverso la creazione e promozione di un marchio territoriale di qualità[1].

1. LA NASCITA DELL'INIZIATIVA

1.1 Il contesto di riferimento e le motivazioni

Il PSL individua come obiettivo globale "la valorizzazione delle produzioni locali in particolare agevolando azioni collettive volte a facilitare l'accesso ai mercati per le piccole aziende e valorizzare le risorse naturali e culturali". La strategia del Piano è quella di perseguire la ricerca ed il conseguimento di una diffusa qualità del territorio, di mettere a sistema le risorse locali attraverso una immagine unica, istituizionalizzata nel DRQ. All'interno di questa finalità generale, il PSL si struttura con un sistema di Assi di intervento, con obiettivi specifici.

ASSI DI INTERVENTO	OBIETTIVI SPECIFICI
1- ORGANIZZAZIONE ISTITUZIONALE DEL DRQ	Integrare le risorse locali in un sistema organizzato ed organico al fine di migliorarne le potenzialità di accesso ai mercati e promuoverne l'immagine unitaria
2- INTERVENTI PER LA DEFINIZIONE DI STANDARDS DI QUALITA'	Qualificare l'offerta dei servizi e delle produzioni locali rafforzandone l'immagine commerciale ed il posizionamento di mercato
3- INTERVENTI PRIORITARI PER L'AVVIO DRQ 3a- Azioni di supporto a scala territoriale	Qualificare il territorio rafforzando e valorizzando il sistema delle reti locali delle istituzioni, dei servizi alla fruizione, della cultura, dei luoghi a valenza ambientale
3- INTERVENTI PRIORITARI PER L'AVVIO DRQ 3b- Azioni di sostegno al miglioramento qualitativo delle attività economiche	Sostenere il sistema produttivo locale nell'azione di qualificazione delle produzioni, miglioramento del rapporto con l'ambiente e la qualità di vita, in un'ottica di qualificazione dell'immagine esterna del Distretto

Come si evince da questo schema, tutte le azioni previste sono riconducibili alla costruzione di una immagine unica del territorio con la valorizzazione di tutte le differenti risorse interne, umane, naturali, commerciali, finalità ultima del distretto.

[1] Il caso studio è stato redatto da Laura Aguglia. Per la sua realizzazione è stato intervistato Luca Piermattei (direttore del GAL Coli Esini) nel mese di Dicembre 2005.

IL DISTRETTO RURALE DI QUALITÀ

L'azione che rappresenta il fulcro dell'intervento per la realizzazione del distretto si trova all'interno dell'asse 3 del PSL ed è la seguente: Prog. 3b3 Misura 1 Azione 1.1 Sub azione 1.1.8 "Sostegno alle imprese che aderiscono agli standard qualitativi del Distretto" .

Una serie di iniziative nell'area del GAL Colli Esini volte a valorizzare le risorse locali e ad integrarle tra di esse si sviluppa già nell'ambito del Leader I e II. Queste costituiranno una base di partenza che verrà ampliata con il Leader +. Infatti, la creazione del "Distretto Rurale di Qualità" rappresenta un'importante occasione per consolidare il processo di sviluppo integrato promosso dal GAL Colli Esini nel corso dell'ultimo decennio.

Un esempio di iniziativa che già nella passata programmazione aveva l'obiettivo di integrare le diverse esigenze del territorio rurale è quella del "Paese albergo": portata avanti con i finanziamenti del Leader II, è stata ideata per dare un aiuto concreto ai problemi di ricettività e per fungere da elemento propulsore di un effettivo sviluppo turistico dell'area capace di sfruttarne in pieno le potenzialità.

L'idea è di creare alberghi diffusi nei centri storici minori, ossia una rete di camere presso edifici privati, da affittare con la formula del bed & breakfast, coordinati da un servizio reception centralizzato, realizzato su iniziativa del Comune o di alti soggetti privati, che gestisse le prenotazioni, lo smistamento dei clienti e le convenzioni tra i ristoranti esistenti.

L'iniziativa "Paese Albergo" assume caratteristiche innovative in quanto in un ottica di sistema si propoine di aumentare la ricettività, ottenere un miglioramento economico, valorizzare le risorse presenti sul territorio.

Il progetto prevede finanziamenti a privati per il recupero degli spazi sottoutilizzati a causa dello spopolamento dei centri storici e va a confluire in un disegno più ampio di promozione e valorizzazione delle risorse esistenti. Inoltre, la creazione di reti di informazione, di promozione e di prenotazione tra edifici e reception, reception e altre società di promozione territoriale, attraverso l'ausilio di strumenti quali Internet, rappresenta un'evoluzione da un punto di vista tecnologico ed un esempio di cooperazione inter-territoriale. Come risultato del progetto, si annovera la messa in rete di 21 camere (equivalenti a 50 posti letto) nel comune di Serra San Quirico, per un investimento complessivo di 191.454,00 euro e di 12 camere nel comune di Sassoferrato, per un totale di 119.334,00 euro.

I soggetti beneficiari dei due comuni hanno inoltre accettato di conferire ai nuovi alberghi un'immagine coordinata e un marchio comune, le cosiddette "Locande delle Marche".

L'iniziativa, tra l'altro, grazie al basso costo, possiede un elevato grado di trasferibilità e ripetibilità.

METODO

Il GAL, nato nel 1991 con il LEADER I, sta contribuendo a diffondere una vera coscienza locale e una cultura collaborativa, superando la forte e radicata tendenza degli operatori locali, sia pubblici che privati, ad una visione parziale dei problemi dello sviluppo rurale.

Infatti, nell'area di intervento del GAL, che presenta una struttura economica piuttosto forte e strettamente legata alla tradizione agricola e rurale, il principale ostacolo ad uno sviluppo organico ed innovativo del territorio scaturisce dalla difficoltà degli operatori locali, pubblici e privati, ad intessere relazioni proficue tra i diversi settori di attività.

Con il LEADER I si è cominciato a diffondere un nuovo modo di concepire lo sviluppo, sempre più caratterizzato da un'impostazione plurisettoriale frutto di negoziati e concertazioni tra i vari operatori di un'area. Con il LEADER II, si è giunti a dotare il territorio di una rete di strutture ed infrastrutture, pubbliche e private, e all'avvio di attività di servizio, in un'ottica di sistema territoriale, rivolte particolarmente allo sviluppo turistico, al miglioramento delle produzioni agricole, agroalimentari e dell'artigianato, al rafforzamento

del legame tra il territorio, inteso come insieme delle risorse istituzionali, umane, culturali, ambientali, storico-artistiche, ed i suoi prodotti. In questo contesto, ed in particolare con l'iniziativa del Paese Albergo, si è rafforzata anche l'idea utilizzare di un marchio come lo strumento di promozione e di differenziazione del territorio del GAL.

La creazione di un Distretto Rurale di Qualità, si presenta, quindi, come naturale prosecuzione delle attività fino ad ora realizzate dal GAL.

Il progetto del distretto ha alla base uno studio condotto dall'Università di Macerata tramite il quale si è cercato di capire l'attuabilità del distretto nell'area prescelta e se vi fossero le condizioni economiche, sociali e ambientali. L'intento era quello di creare un distretto che non fosse né un distretto industriale né un distretto agroalimentare come quello presente a Grosseto, ma un distretto rurale, rappresentativo di tutta la regione, che unisse tutte le componenti del territorio, dall'agricoltura, al turismo, all'artigianato. Più in dettaglio, dal punto di vista dell'agricoltura, la zona individuata presenta un prodotto trainante, il vino, sul quale puntare per diffondere e promuovere l'immagine di tutto il territorio. All'interno del settore vitivinicolo, però, sono presenti due tipi di realtà economiche: associazioni di viticoltori di dimensione rilevante e già affermate sul mercato e associazioni più piccole e meno conosciute. La difficoltà prospettata consisteva nel proporre un marchio unico che fosse veicolato dalle aziende più forti a vantaggio soprattutto di quelle ancora poco visibili. Più in generale "le analisi territoriali e settoriali hanno evidenziato anche, accanto a debolezze strutturali più o meno accentuate nei diversi settori dell'economia locale, una diffusa presenza di risorse anche di grande pregio, che stentano a trasformarsi in prodotti ed una generale difficoltà delle imprese a proporre una offerta realmente incentrata sulle potenzialità del territorio e con questo identificabile".

Il progetto è riuscito ad affermarsi nonostante le difficoltà legate alla complessità dell'iniziativa e alla mancanza di interessi economici, grazie ad una impostazione strategica da parte del GAL e alla partecipazione attiva di vari attori del territorio. Da un lato, infatti, il GAL ha deciso di costruire tutto il PSL sull'idea del distretto, concentrando su questa idea progettuale la maggior parte delle risorse a disposizione e integrando le attività anche con l'attuazione dei Pit. Dall'altro lato, il GAL è riuscito a promuovere il progetto grazie alla credibilità acquisita sul territorio in anni di lavoro, grazie al contributo e all'impegno particolarmente attivo della Provincia e delle associazioni di imprenditori.

Con il Leader + si vuole contribuire al significativo sforzo di adeguamento che la maggior parte delle imprese attualmente operanti sul territorio dovranno sostenere per poter aderire ai disciplinari di qualità previsti dal progetto.

1.2 Gli obiettivi dell'iniziativa

L'obiettivo del progetto è quello di promuovere lo sviluppo di un territorio, in linea con il concetto di "sviluppo rurale" stabilito a livello comunitario ed ai principi ispiratori dei "distretti rurali" introdotti dalla normativa nazionale (D. Lgs. 228/01).

APPROFONDIMENTO SUI DISTRETTI RURALI

Il contesto normativo

Il decreto legislativo n. 228 del 2001, noto come "Decreto di orientamento e modernizzazione in agricoltura", all'articolo 13, istituzionalizza i "Distretti rurali", cioè i "sistemi produttivi locali caratterizzati da un'identità storica e territoriale omogenea derivante dall'integrazione fra attività agricole ed altre attività locali, nonché dalla produzione di beni o servizi di particolare specificità, coerenti con le tradizioni e le vocazioni naturali e territoriali". Più specificatamente, un Distretto rurale è un sistema produttivo locale costituito da imprese agricole e non agricole in grado di interagire tra loro attuando una politica distrettuale di diversificazione produttiva, di integrazione economica, sociale e di coesione nel rispetto della conservazione e riproduzione degli equilibri naturali ed in grado di promuovere una qualità totale territoriale, con una forte vivibilità per i residenti, promovendosi a polo d'attrazione per altre imprese ed individui. Il Distretto valorizza e rafforza l'identità del territorio, ma anche lo specializza, in quanto affina le intelligenze locali verso sperimentazioni ed applicazioni che concorrono ad ingigantire lo stesso Distretto ed a creare strategie ed obiettivi comuni. L'evoluzione della politica di sviluppo rurale dell'Ue è tale da incoraggiare siffatti progetti, la cui realizzazione consentirebbe uno sviluppo dei territori rurali, la conservazione del paesaggio e la tutela dell'ambiente, la specializzazione nella produzione di alcuni beni e/o servizi, la valorizzazione delle risorse in loco, nonché la multidisciplinarietà e la intersettorialità, il coinvolgimento degli enti locali e delle parti sociali presenti e la realizzazione di una programmazione di bottom up.

Le esperienze di distretto rurale nel territorio italiano

Il Decreto legislativo n. 228 del 2001 demanda alle Regioni il compito di individuare i Distretti rurali, così come i Distretti agroalimentari di qualità. L'istituzione dei Distretti rurali ed agroalimentare non possono essere imposti "dall'alto", ma attraverso una seria concertazione ed uno studio accurato.

La prima esperienza di distretto rurale nell'intera Ue è quella realizzata in Toscana, in provincia di Grosseto, con il nome "Progetto Maremma". L'Amministrazione Provinciale di Grosseto aveva predisposto delle linee programmatiche, nel comparto agricolo allargato, definite "SISTEMA DI QUALITA' MAREMMA". Questo sistema rappresenta il quadro di riferimento entro il quale collocare le azioni, gli interventi ed i progetti (pubblici e privati).

La Regione Toscana ha previsto tale istituzione attraverso quattro passaggi:

1. istituzione del comitato distrettuale, fortemente rappresentativo del territorio e che comprenda obbligatoriamente i comuni interessati;
2. relazione dettagliata del Distretto nella quale vengano esposti e motivati le ragioni del riconoscimento, includendo la perimetrazione, la strategia di sviluppo prescelto;
3. accordi di programma (Enti vari, Sindacati di categoria, parchi, ecc).
4. alla Regione spetterebbe il compito di analizzare attraverso un comitato tecnico-scientifico, appositamente istituito, i presupposti tecnici, sociali e culturali della scelta del Distretto.

Esistono poi altri progetti regionali di distretti rurali che, sebbene si trovino a diversi stadi del processo evolutivo, in alcuni casi appena alla discussione del progetto e in altri invece all'avviamento delle fasi operative, sono il segnale di un interesse crescente nel portare avanti questo tipo di dinamiche di sviluppo.

A titolo indicativo citiamo alcune esperienze ancora nella prima fase di implementazione:

- Regione Siciliana, Valle del Torto e dei Feudi – Progetto per un distretto rurale di qualità (marzo 2004)
- Regione Lazio, provincia di Rieti – Distretto rurale pilota della Sabina (gennaio 2004)
- Regione Abruzzo - La Marsica come Laboratorio Sperimentale (marzo 2004)
- Regione Toscana – Distretto rurale del Chianti (agosto 2004)

In una fase di piena attività sembrano rientrare:

- Regione Toscana, provincia di Grosseto - Distretto rurale: le produzioni di qualità e la competitività del sistema Maremma
- Regione Veneto, provincia di Rovigo – Distretto rurale del Polesine
- Regione Marche, Colli Esini – Distretto rurale di qualità

Esistono poi casi di distretti "specializzati":

- il Distretto floricolo del Lago Maggiore (maggio 2004): propone di incentivare la produzione floricola di piante arbustive acidofile, la cui cultura risale storicamente alla metà dell'ottocento e costituisce elemento paesaggistico e commerciale di rilievo;
- il Distretto rurale vivaistico-ornamentale (ottobre 2004): propone di creare un vivaismo che raccordi la produzione, l'uso del verde, la cultura del paesaggio.

Infine, vi sono esperienze di distretti agroalimentari:

- Regione Basilicata - Distretto agroalimentare di qualità del Metapontino (maggio 2004)
- Regione Sicilia - Distretto agroalimentare siciliano dell'Etna (novembre 2003)

"Un innovativo progetto di marketing territoriale relativo all'area che si estende dall'entroterra di Jesi alle pendici dell'Appennino, dalle valli del Misa e del Cesano a nord e quella del Musone a sud; la diffusione e promozione di un marchio territoriale di qualità, per valorizzare le produzioni locali e tipiche, le risorse naturali e artigianali, le attività turistiche ed imprenditoriali, creando un'immagine riconoscibile del nostro territorio; un'importante occasione per contribuire alla tutela dell'ambiente, avviare una politica di sviluppo ed innovazione e sostenere una diffusa qualificazione delle risorse umane"……con queste parole viene descritto e presentato il progetto dagli stessi soggetti promotori.

L'obiettivo del progetto si focalizza, quindi, su due aspetti: la percezione esterna dell'immagine dell'area e la coesione tra i soggetti e le risorse interne. Infatti, da un lato, si intende rendere il territorio maggiormente competitivo dal punto di vista turistico, attraverso l'attuazione di una strategia collettiva di valorizzazione e promozione che esalti il legame tra i prodotti ed il territorio di provenienza, tra la qualità delle produzioni e le risorse ambientali locali, tra la ricchezza di cultura e di tradizioni e l'identità specifica dell'area da cui nascono; dall'altro lato, si è cercato di rafforzare la capacità di attrazione di investimenti ed iniziative utili ad uno sviluppo integrato e sostenibile dell'area, rafforzando le sinergie e le interdipendenze fra i diversi settori di attività e i legami fra gli operatori locali.

Le diverse azioni che concorrono alla realizzazione del progetto sono volte a rafforzare l'immagine locale, attraverso un'intensa e coordinata azione di marketing territoriale. Gli strumenti sui quali si punta per raggiungere gli obiettivi prefissati sono:

- la creazione di un marchio territoriale che contraddistingua tutti i prodotti e servizi e ne garantisca l'elevata qualità, nell'ambito di regole condivise e riconosciute;
- una forte azione di promozione del marchio;
- una politica di qualità ambientale, a scala territoriale, relativa sia alle attività produttive industriali ed artigianali, sia alle pratiche agricole;
- una politica industriale volta all'innovazione, all'internazionalizzazione, allo sviluppo di economie di distretto;
- una diffusa qualificazione delle risorse umane.

A queste azioni si accompagnano iniziative di sensibilizzazione e animazione utili per poter avviare questo processo di messa a sistema del territorio nel suo complesso e capaci di "fare rete", favorendo la diffusione fra gli operatori locali di valori norme, modalità di comportamento (fiducia, responsabilità, collaborazione, ecc.) che sostengono lo sviluppo di un'area; consolidando l'aggregazione e il radicamento della popolazione nel territorio; diffondendo una maggiore consapevolezza sulle possibilità offerte dall'uso per finalità economiche delle proprie risorse (know-how, prodotti tipici, artigianato locale, tradizioni).

1.3 I soggetti coinvolti

Il progetto mira a coinvolgere la rete degli attori locali, vale a dire le istituzioni, le organizzazioni imprenditoriali, gli operatori privati, le reti dei servizi, della ricettività, dei beni culturali ed ambientali e dei trasporti.

Il soggetto proponente principale del progetto e responsabile dell'attuazione è il GAL Colli Esini.

SCHEDA GAL COLLI ESINI NEL LEADER +

1188,84 Kmq – 93.526 abitanti

Capitale sociale 95.636 (52,3% privato, 47,7% pubblico)

92 soci :27 Enti pubblici (Provincia di Ancona, CCIAA Prov. di Ancona, 2 Comunità Montane, 21 Comuni nelle Province di Ancona e Macerata , 2 Consorzi pubblici) e 65 soggetti privati (21 tra Associazioni di categoria e di produttori, 44 aziende)

12 anni di attività: Leader I, Leader II, Leader+

entità contributo Totale progetto : 5.788.222,00

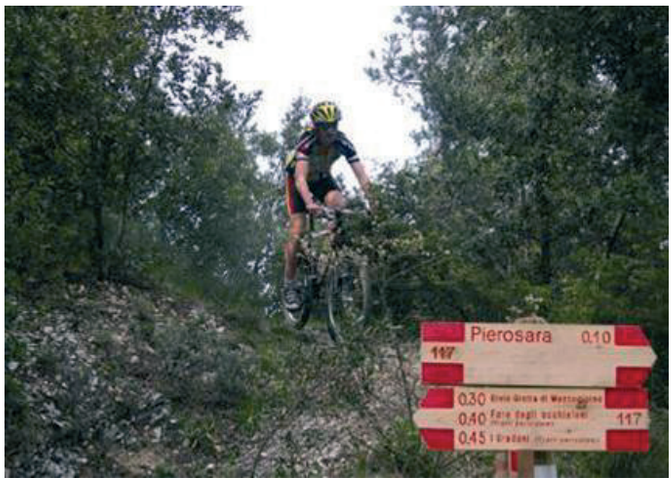
IL DISTRETTO RURALE DI QUALITÀ

La Società Colli Esini S.Vicino si è costituita nel 1991 in forma di società consortile mista a responsabilità limitata con l'avvio dell'iniziativa Leader, grazie ad una convergenza di interesse di un soggetto pubblico, la Comunità Montana del S.Vicino, ed un'associazione di imprenditori privati, l'ASSIVIP (Associazione Interprovinciale Produttori di Vini Pregiati). Nel corso degli anni, la Società ha notevolmente ampliato la propria compagine societaria, da 44 a 92 soci con un conseguente aumento di capitale.. Il primo gruppo di Soci comprendeva 44 soggetti (Comunità Montana promotrice dell'iniziativa, 9 Comuni, un Consorzio Intercomunale, 26 associazioni di categoria e di produttori, in rappresentanza dei settori agricolo, artigiano, cooperativo, ed a carattere culturale, 7 aziende vitivinicole private). Nel corso dell'attuazione del programma Leader I, si ebbe una prima fase di ampliamento del partenariato e la compagine societaria raggiunse i 57 componenti, i Comuni arrivarono a 15, con l'ingresso di altri Enti locali e di soggetti privati (nel 1994 uscirono 7 soci privati; nel 1996 entrarono 10 soci pubblici e 10 soci privati).

All'avvio del Leader II nel 1994-95, la Società, intendendo agire su un territorio più ampio, decise di dar vita ad una nuova azione di animazione e sensibilizzazione, che si concluse con un nuovo aumento di capitale. In questa fase aderirono alla Società l'Amministrazione Provinciale di Ancona, la Camera di Commercio, altri Comuni per un numero totale di 24, aziende, associazioni, con un ampliamento del partenariato ad un totale di 70 soci.

Nel corso del 2001, dato che il GAL intendeva proseguire l'esperienza avviata anche in occasione di Leader +, vi è stato un ulteriore ampliamento della base societaria (92 soggetti) passando da una maggioranza pubblica a una maggioranza privata (si veda scheda). La società è retta da un Consiglio di Amministrazione rappresentativo della compagine sociale.

La Società Colli Esini S. Vicino S.r.l. nasce come Gruppo di Azione Locale (GAL), quale soggetto gestore dei fondi comunitari Leader. Nel corso degli ultimi anni, dopo la conclusione positiva della prima esperienza Leader ed in prossimità della conclusione della seconda fase, quella di Leader II, la Colli Esini ha iniziato a ricoprire il ruolo più ampio di Agenzia di Sviluppo Locale svolgendo una funzione di animazione territoriale e di offerta di servizi di assistenza tecnico-professionale. Pertanto, nella veste di soggetto attivo e riconosciuto nella promozione, programmazione ed attuazione di iniziative di sviluppo locale, ha avviato una serie di attività alternative e complementari nell'ambito della programmazione negoziata, della pianificazione e programmazione a scala territoriale, di programmi comunitari diversi.



Il GAL Colli Esini San Vicino ha conferito all'Agenzia Servizi Settore Agroalimentare Marche (in seguito, per brevità, ASSAM), l'incarico di collaborazione, consulenza e supporto tecnico per l'istituzione del Distretto Rurale di Qualità. L'ASSAM è un ente pubblico economico che dal 1997 sostituisce l'Ente di Sviluppo Agricolo delle Marche e rappresenta l'organo operativo dell'Assessorato all'Agricoltura della Regione. Si propone quale soggetto regionale con ruolo di coordinamento nel panorama delle iniziative di divulgazione ed animazione rurale, in collaborazione con gli enti, le associazioni di categoria e le aziende; realizza programmi di ricerca e sperimentazione per agricoltura, agroindustria, sviluppo rurale, controlli fitosanitari, qualità delle produzioni e zootecnia.

Obiettivo dell'incarico è quello di valorizzare il territorio interessato dall'attuazione del PSL attraverso lo sviluppo omogeneo delle attività produttive e del turismo e l'applicazione di strumenti utili al coordinamento delle attività ed al rafforzamento dell'immagine del territorio in un'ottica di futura istituzione del Distretto Rurale dei Colli Esini.

Nello specifico l'ASSAM è impegnata nelle seguenti attività:

a) consulenza per la definizione del Regolamento del Distretto e dell'uso del Marchio

b) supporto tecnico all'attività del Comitato del Distretto

c) elaborazione di studi per la definizione degli standards di qualità per la qualificazione dell'offerta turistico-ricettiva, dell'accoglienza e dell'informazione turistica, degli esercizi commerciali di rilevanza turistica e dei punti di vendita artigiani, tipico, prodotti agroalimentari, compresa la consulenza per revisioni su richiesta degli interessati

I beneficiari sono le imprese turistiche e agrituristiche, aziende agricole ed agroalimentari, esercizi commerciali interessati dai flussi turistici e punti vendita delle aziende artigiane che hanno aderito al Distretto Rurale di Qualità.

Il tipo di finanziamento è un contributo a fondo perduto ed il tipo di interventi ammissibili varia a seconda del tipo di azienda.

2. DALL'IDEAZIONE ALL'ATTUAZIONE

La costituzione del DRQ si articola in 4 fasi tra loro coordinate:

1. istituzione del Comitato Tecnico del Distretto (Tavolo di concertazione)
2. redazione del Regolamento del Distretto ed esecuzione di uno studio di impostazione del distretto
3. definizione dell'immagine coordinata del distretto
4. produzione di materiale promozionale

1) Associazioni di categoria (alberghi, B&B, operatori turistici), organizzazioni professionali, comuni, province, camere di commercio, hanno eletto dei rappresentanti per la costituzione del Tavolo di concertazione del Distretto (febbraio 2004), che ha la finalità di riunire periodicamente gli attori locali che fanno parte del progetto, sia nel ruolo di promotori che di beneficiari.

Il Tavolo è un organo interno che ha la responsabilità della preparazione e/o adozione del regolamento per l'uso del marchio del distretto. Il Tavolo, inoltre, è uno strumento utile per coinvolgere in ogni fase di attuazione del progetto i soggetti interessati, per confrontarsi e decidere sulle attività programmate, per sviluppare e condividere idee ed azioni nel rispetto delle esigenze del territorio.

2) Il funzionamento del distretto è basato sull'adesione delle aziende del settore agroalimentare, del commercio, artigianato, ristorazione e turismo, le quali si impegnano ad attuare dei processi di miglioramento della qualità dei propri prodotti e, sotto questa condizione, ricevono un finanziamento a fondo perduto, pari al 40% delle attività intraprese e sono autorizzate all'utilizzo del marchio. Gli standard di qualità sono definiti da disciplinari specifici per ogni tipo di attività. Infatti, poiché il processo di riqualificazione e di adeguamento agli standard qualitativi individuati per le imprese non si può ipotizzare che si compia nel breve periodo, i regolamenti e i disciplinari hanno la funzione di creare una base formativa e didattica di ampia durata e costituire un supporto per l'avvio ed il controllo delle procedure necessari per raggiungere l'obiettivo.

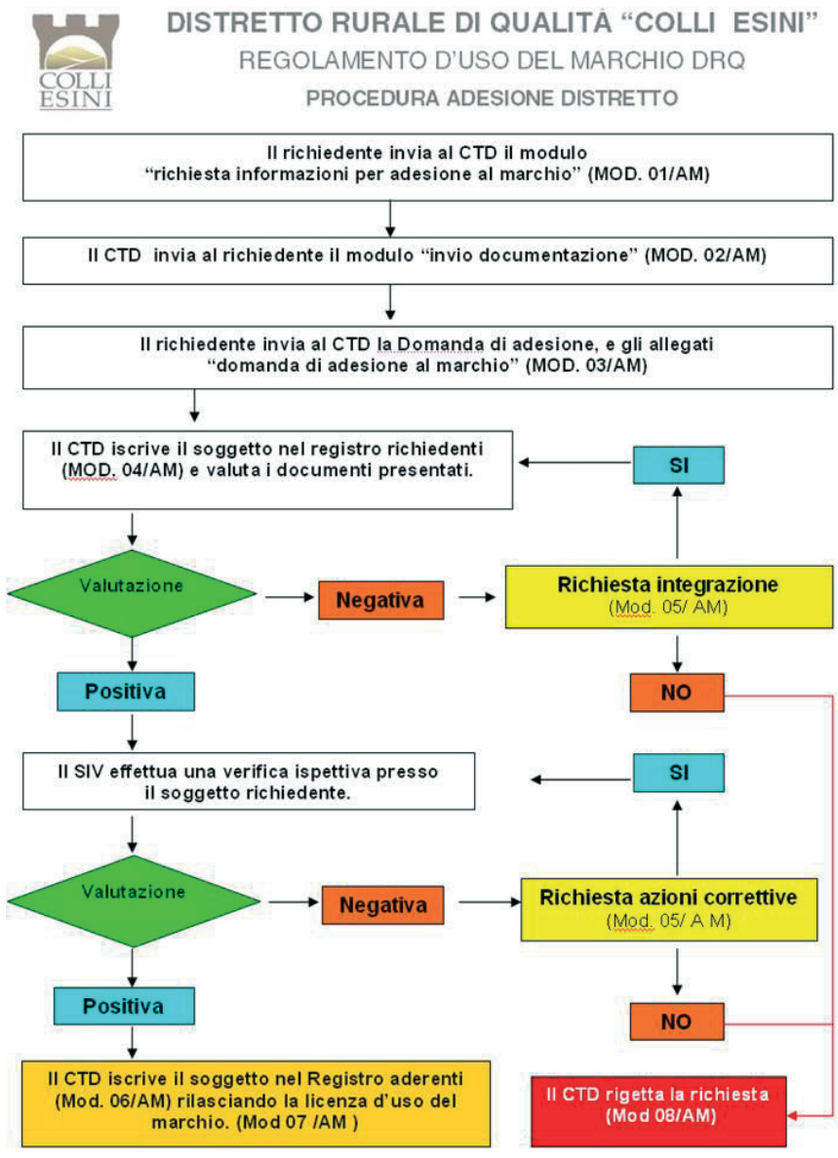
I criteri di selezione per l'ammissibilità di una azienda al finanziamento sono:

- collocazione dell'azienda all'interno di un'area protetta
- adesione dell'azienda a circuiti interaziendali di commercializzazione e promozione o adesione alle altre attività di promozione e valorizzazione attivate nell'ambito del presente PSL
- inserimento dell'attività in un contenitore di valore storico e /o architettonico
- collocazione della struttura in un centro o nucleo storico

- collegamento dell'iniziativa a progetti di sviluppo aziendale in relazione ai quali è stata presentata o sarà presentata richiesta di sostegno nell'ambito del Docup Ob.2 o del PSR o del POR Ob.3

Con l'aiuto dell'Assam sono stati elaborati dei documenti che hanno la funzione di offrire a coloro intendano aderire al distretto delle procedure chiare, trasparenti, ben definite.

Esiste, quindi, una procedura stabilita secondo la quale, attraverso un modulo, il soggetto interessato ad aderire al distretto, presenta richiesta di adesione e riceve tutto il materiale informativo e le specifiche tecniche per l'attività svolta alle quali deve adeguarsi. Se il soggetto ritiene di possedere i requisiti per l'adesione al distretto presenta una domanda, oltre ed una serie di documentazione in allegato, la quale attesti la presenza delle prescrizioni qualitative previste per le singole attività. Il soggetto viene iscritto nel registro richiedenti l'adesione e viene esaminata la documentazione presentata. Viene effettuata una Verifica Ispettiva presso il soggetto per il riconoscimento di tutti i requisiti previsti per l'uso del marchio e, se l'esito è positivo, il soggetto riceve la Licenza d'Uso del marchio per quel tipo di attività.



All'interno dei vari regolamenti del marchio si chiariscono gli obiettivi del marchio, il campo di applicazione, il segno distintivo ed il logo, le prescrizioni per i soggetti che hanno ottenuto il marchio, le procedure di controllo, le procedure di autorizzazione, il sistema sanzionatorio e i ricorsi.

I prodotti del progetto di tipo "documentale" realizzati, che definiscono il distretto, lo regolamentano e ne promuovono l'immagine, sono:

- regolamento del DRQ
- regolamento d'uso del marchio
- procedura di adesione al distretto
- specifiche tecniche per le varie aziende aderenti al distretto: attualmente sono state elaborate le specifiche per le aziende agrituristiche, i B&B, le country house, gli alberghi, i ristoranti, le aziende agricole, le fattorie didattiche, gli uffici IAT, i punti vendita
- procedura di controllo di attuazione delle specifiche tecniche

Per la definizione del regolamento e per la redazione degli standard qualitativi non sono stati emessi bandi in quanto è stato deciso l'affidamento diretto all'Assam; per lo studio dell'immagine e del logo, per il materiale promozionale e l'attività di diffusione delle informazioni sul DRQ, per studi sui fabbisogni formativi e sull'offerta di formazione qualificata sono stati predisposti dei bandi, sono stati pubblicati i bandi, sono stati in seguito selezionati i beneficiari e affidati gli incarichi.

Altri bandi sono stai poi emessi per l'offerta di aiuti alle imprese per interventi innovativi inerenti la riduzione dell'impatto ambientale e la sicurezza, per l'accesso a servizi finalizzati all'innovazione di prodotto e processo.

3) Il Distretto deve essere contraddistinto da una propria immagine riconoscibile che identifica sia i prodotti dell'area, agricoli, alimentari, artigianali, turistici, sia le strutture commerciali e ricettive, sia gli altri elementi che andranno a formare l'insieme del sistema territoriale: la segnaletica, i punti di informazione, le pubbliche amministrazioni. Il GAL ha incaricato una società specializzata di studiare il marchio e gli elementi connessi. Tale marchio è registrato come marchio commerciale di qualità.

4) La produzione di materiale informativo, illustrativo e promozionale del Distretto consiste in folders contraddistinti dal marchio del Distretto che raccolgano materiali illustrativi e promozionali, guide turistiche, depliants, cartoguide, eventuali materiali multimediali. Tale materiale sarà poi diffuso, quale supporto alle azioni di promozione del territorio, delle iniziative per l'internazionalizzazione delle imprese, nell'ambito di azioni di promozione infraterritoriale, nonché attraverso canali istituzionali (Regione Marche, Comunità Montane, Parco) in occasione di partecipazioni ad eventi (BIT, Parco Produce ecc.).

3. I RISULTATI DELL'INIZIATIVA

In termini quantitativi, a febbraio 2004 hanno dato la pre-adesione al distretto 78 soggetti tra enti locali, associazioni e privati. A fine 2005 i soggetti aderenti al distretto sono diventati oltre 90 e altre richieste di adesione continuano ad arrivare. E stato quindi ampiamente superato il numero di 80 partecipanti che era stato posto inizialmente come obiettivo.

Gli standard qualitativi oltre ad essere stati approvati dal Tavolo di Concertazione e dal Consiglio di Amministrazione sono stati pubblicati. Vi è stato anche un arricchimento degli standard in corso d'opera in quanto sono state fatte delle integrazioni per includere tra i soggetti partecipanti anche le aziende agricole produttrici senza punti vendita. Questa integrazione costituisce un esempio di risposta alle esigenze del territorio poiché le aziende non erano state regolamentate ed invece possono svolgere un ruolo fondamentale per la valorizzazione e conservazione del territorio. Attualmente ad esse sono affidati compiti di tutela degli elementi costitutivi del paesaggio tipico regionale.

Il Tavolo di concertazione inizialmente creato è stato trasformato in Comitato Tecnico del Distretto e si occupa di approvare le domande di adesione al distretto prima dell'approvazione finale da parte del Consiglio d'Amministrazione.

Le domande di adesione sono inizialmente valutate da un nuovo organismo che è il Servizio ispettivo di vigilanza, incaricato di verificare il possesso dei requisiti iniziali.

Come risultato dell'attività di definizione di una immagine unitaria per il territorio del Distretto, è stata affidata ad un soggetto esterno la redazione di un piano promo-commerciale del DRQ (attivata in cofinanziamento con le province di Ancona e Macerata, le comunità montane Esino-Frasassi e S.Vicino, ASSIVIP, Comune di Matelica, Camere di Commercio di Ancona e Macerata) nel quale devono essere indicate le strategie da adottare per la valorizzazione del territorio, delle risorse e dei prodotti, per l'organizzazione di eventi in accordo con gli altri comuni aderenti, la partecipazione a fiere e altre manifestazioni.

Sempre con riferimento alla costruzione dell'immagine del territorio sono stati acquistati e consegnati ai soggetti aderenti oggetti utili per identificare l'appartenenza al Distretto, quali ad esempio targhe, stendardi, espositori per materiale informativo, cartelli stradali.

Con riferimento ad altri tipi di risultati quali ad esempio l'impatto socio-economico del distretto non è ancora possibile constatare e valutare quanto e cosa sia direttamente attribuibile al progetto del Distretto anche perché il progetto non è ancora stato realizzato compiutamente, ma in termini ancora previsionali ci si aspetta:

- un incremento dei flussi turistici dell'area
- un incremento dell'occupazione e lo sviluppo di nuove attività
- un incremento dell'incidenza economica del settore turistico e delle produzioni di qualità nell'area che potrebbe tradursi in un miglioramento del fatturato delle aziende e del reddito complessivo della popolazione locale.

Come appena chiarito, il progetto non è ancora terminato e non ha quindi espresso tutte le potenzialità ed aspettative attribuite,ma si può tentare di individuare e delineare alcuni aspetti che sono già riconoscibili sul territorio:

- si è rilevato un generale aumento della consapevolezza da parte degli operatori sia rispetto alle potenzialità del territorio (produttive, turistiche, ambientali etc), sia nei confronti del sistema distretto che si è creato che offre importanti occasioni per migliorare lil posizionamento delle piccole imprese sul mercato;
- in un'area già omogenea dal punto di vista storico e culturale, ma non visibile all'esterno, il Distretto porta un rafforzamento dell'identità culturale ed economica sotto il nome Colli Esini;
- l'offerta all'esterno di un insieme di attività economiche con una immagine unica può portare benefici economici ed una penetrazione e forza sul mercato non confrontabili con l'offerta di singoli imprenditori e singoli prodotti; alcuni operatori di imprese agroalimentari hanno già rilevato un aumento del fatturato e ritengono che almeno una parte del fenomeno sia attribuibile alla partecipazione al distretto;
- specificamente nell'agroalimentare, il miglioramento degli aspetti qualitativi ed il conseguente possibile incremento del reddito può costituire un incentivo al ritorno o mantenimento dei giovani in agricoltura
- il rispetto degli standard qualitativi per l'ottenimento e l'uso del marchio porta ad innalzare il livello generale dell'offerta commerciale, artigianale, turistica, agroalimentare, in quanto, oltre a coloro che rientrano volontariamente nel distretto, produce un effetto di "adeguamento" o "imitazione" anche su coloro che non aderiscono, costituendo appunto uno stimolo o una forzatura al miglioramento;
- la partnership all'interno del GAL da prevalentemente pubblica diventa privata, segno di un interesse ed un coinvolgimento reale di soggetti diversi e di una adesione non stimolata ed ottenuta unicamente dalla possibilità di usufruire di fondi pubblici.

4. ANALISI DELLA BUONA PRATICA

Il progetto di costituzione del DRQ presenta in modo evidente alcuni caratteri della buona pratica in quanto si caratterizza come un "progetto di sistema". In altre parole, l'approccio con il quale è stata sviluppata l'idea del distretto è un approccio di sistema, a partire dalla programmazione, poiché si è deciso di focalizzare l'intero PSL sulla costituzione del distretto, alla sua organizzazione, in quanto sono state previste procedure specifiche per ogni componente della partnership, fino alla sua realizzazione e promozione.

L'insieme delle caratteristiche del progetto che possono essere definite come buona pratica, attualmente riconoscibili nel progetto sono specificate nella seguente matrice:

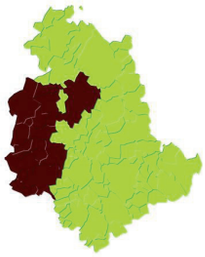
	Soluzioni istituzionali/ sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Analisi del metodo seguito			
Qualità	Tavolo di concertazione	Servizio ispettivo di vigilanza	Trasparenza delle procedure: regolamenti, specifiche tecniche e standard di qualità per l'adesione al distretto
Innovazione		L'intero PSL sviluppa l'idea della costituzione del distretto	
Integrazione	-tra la componente pubblica e privata nella partnership - integrazione tra le categorie economiche (sistema organizzato delle attività dell'agricoltura, del turismo, dell'artigianato e del commercio)		- costruzione attraverso il supporto di strumenti pratici e semplici di una immagine comune del territorio (cartelli stradali, targhe, espositori, stendardi)
Analisi dei risultati			
Misurabilità-efficacia	aumento del fatturato in alcune imprese dell'agroalimentare già riscontrato e potenziale aumento del turismo e dell'occupazione		
Sostenibilità	coerenza interna del progetto e con il PSL		L'appartenenza al distretto vincola all'adempimento di una serie di attività legate alla valorizzazione del territorio e alla sua tutela
Aree di cambiamento		da un approccio legato a soluzioni individuali si passa a un approccio basato sull'appartenenza ad un sistema e ad una collettività	
Trasferibilità			
Analisi di contesto *Contaminazione con altri strumenti di politica* *Utilizzo in altri settori*		L'approccio di sistema rende replicabile l'esperienza in contesti diversi, ma anche in settori diversi o tramite politiche diverse.	

Nel progetto si riconoscono inoltre i principi dell'approccio Leader come un approccio territoriale e del tipo bottom up e la modalità di gestione della partnership. Per quanto attiene il primo aspetto, i regolamenti e i disciplinari sono stati elaborati garantendo una gestione delle attività rispondente alla realtà territoriale. I soggetti attuatori del progetto hanno focalizzato il proprio impegno attraverso un continuo confronto con i soggetti interessati alla realizzazione e all'applicazione del progetto, confronto che è stato istituzionalizzato con la creazione del Tavolo di concertazione. Inoltre, il progetto del distretto si sviluppa in sinergia con altri strumenti di politica e programmazione: l'intervento trova coerenza con l'impostazione generale del Docup, che, tra gli obiettivi , individua lo sviluppo di politiche di distretto e la gestione dei progetti in modo integrato, a livello di sottosistemi locali. Anche rispetto al PSR, l'approccio individuato trova piena coerenza in relazione alla finalità di migliorare il posizionamento di mercato delle risorse locali.

Per quanto riguarda il secondo aspetto, occorre sottolineare che la partnership tra i soggetti locali si è rinforzata in occasione dello sviluppo del progetto del Distretto in quanto il territorio vanta legami ed integrazione tra i vari attori locali presenti già da diversi anni ed attribuibili all'attività di animazione del GAL. Inoltre, recentemente la partnership ha incluso nuove tipologie di soggetti, come ad esempio nella fase di studio (ASSAM) e, come accennato in precedenza, si è trasformata da prevalentemente pubblica a prevalentemente privata.

VILLAGGIO ECOLOGICO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE

Regione - GAL	**Umbria –Trasimeno Orvietano**
Settore	Ambiente e Natura - Valorizzazione risorse naturali
Costo	CT 700.000 euro, SP (350.000 euro + 100.000 euro)
Data avvio lavori	Agosto 1999



Con il Leader II è stato avviato il centro di educazione ambientale chiamato Panta Rei[1] (si veda "Esperienze e progetti per lo sviluppo delle are rurali – Una raccolta di casi innovativi dal Leader II" volume I).

"Il villaggio è un piccolo centro di educazione ambientale nel quale giovani e adulti possono abitare, lavorare e imparare per brevi periodi sperimentando modi di vivere, consumare, produrre e costruire che abbiano il minimo impatto sull'ambiente e sulla salute dell'uomo". Il centro, infatti, prevede il coinvolgimento degli utenti in attività pratiche di educazione, formazione e turismo verde allo scopo di avvicinarli a materiali, tecniche, metodi e consumi compatibili con l'ambiente, diffondendo così la cultura della gestione delle risorse naturali ed umane. Il villaggio è dotato di strutture ricettive in grado di ospitare gruppi di bambini, giovani e adulti, di laboratori in cui si svolgono le attività pratiche (costruzione di pannelli solari, lavorazione del legno, terra cotta e cruda, tessitura, distillazione di piante officinali, ecc.), di una sala polivalente dove organizzare incontri, proiezioni e seminari, di impianti per produrre energia dal sole, dal vento e dalle biomasse, di un impianto di fitodepurazione, di un orto e di un frutteto a conduzione biologica, di uno stagno dove osservare piante e animali tipici di quest'habitat, di un giardino delle piante officinali e di una piazza da animare con fiere e feste".

1. LA NASCITA DELL'INIZIATIVA

1.1 Il contesto di riferimento e le motivazioni

Il centro sorge su una collina prospiciente il lago Trasimeno in un'area particolarmente interessante per le sue caratteristiche ambientali e paesaggistiche. Oltre alle vicinanza del lago che può vantare un flusso consistente di turismo, il villaggio è situato nell'area del GAL Trasimeno Orvietano, con il quale i rapporti sono stati intensi nel periodo della passata programmazione ovvero nell'ambito del Leader II. E' un territorio, quindi, che come punti di forza presenta l'attrattività turistica e, come potenzialità interna, anche il fatto che risulta essere già sensibilizzato a tematiche e iniziative di sviluppo grazie all'attività del GAL. Inoltre, come verrà specificato in seguito, la storia della nascita del centro è legata ad altri soggetti presenti sul territorio, quali la Fattoria-Scuola La Buona Terra ed è stato possibile creare delle reti di collegamento e coordinamento con altri soggetti presenti nell'area con i quali vi era la condivisione della idea e degli obiettivi generali. Dall'altro lato, l'iniziativa si situa in un'area rurale svantaggiata, colline a ridosso del Lago Trasimeno e soprattutto un'area nella quale c'è una forte esigenza di valorizzazione delle risorse naturali e di creazione di occupazione.

[1] Il caso studio è stato redatto da Laura Aguglia. Per la su realizzazione sono stati intervistati Sanni Mezzasoma (Presidente Centro dal 2005), Gianni Faluomo (Presidente del Centro dal 1997 al 2004 e socio della cooperativa), Francesca Caproni (Direttore GAL Trasimeno Orvietano) nell'Ottobre 2005.

Queste sono le caratteristiche dell'area sulla quale opera il GAL e da esso descritta:

"L'economia dipende da settori a basso reddito (agricoltura e P.A.) e risente della senilizzazione della popolazione e della perdita di identità locale. L'assenza di servizi e di strutture ha portato al degrado dell'ambiente e del patrimonio edilizio rurale, con squilibrio tra zone costiere lacuali e collinari. L'area è a spiccata specializzazione agricola (con il 10,8% di occupati), con aziende medie ad elevato reddito ed in parte associate, concentrate nel Comune di Orvieto per la produzione vinicola. La crescita della zootecnia (suini e ovini) è condizionata dalla tutela ambientale. Si registra una crisi della pesca, correlata agli usi turistici del lago: essendo chiuso e poco profondo esso è soggetto all'eutrofizzazione ed all'inquinamento. Le zone costiere lacuali sono coltivate a frumento e cereali mentre quelle collinari sono coltivate a vite e olivo. Il settore agroalimentare, nonostante la diversificazione delle produzioni, è poco collegato alla commercializzazione. L'industria (con il 36,6% di occupati) presenta attività di rilievo regionale: industria manifatturiera (alimentari, tabacco, moda, legno, carta, plastica, gomma), estrattiva ed energetica, meccanica e costruttiva. Per l'assenza di servizi e infrastrutture le aziende dipendono da aree lontane. E' presente un'economia familiare integrata con PMI diffuse ma fragili e imprese artigiane dinamiche. Il terziario, con il 52,6% di occupati, punta sull'offerta diversificata del turismo (naturalistico, culturale e artistico) per compensare la forte destagionalizzazione".

Le specificità dell'area di riferimento sono:

- presenza di aree protette (Parco Naturale del Lago Trasimeno; area di interesse naturalistico dei Monti Peglia; area di interesse naturalistico dei Monti del Trasimeno);
- sistemi paesaggistici di notevole interesse: zone collinare con formazioni vulcaniche ed un altopiano tufaceo; area faunistica/floristica del lago Trasimeno;
- vasto patrimonio edilizio storico (borghi e castelli medievali) e artistico;
- presenza di un'economia familiare integrata e pluriattiva con un tessuto di PMI diffuso;
- produzioni artigianali artistiche: ferro battuto, vetro, cotto, pizzi e tulle;
- produzioni agroalimentari tipiche: cereali, ortofrutta, vini DOC, olio, produzioni zootecniche (suini e ovini), prodotti ittici.

Il progetto è stato sostenuto nell'ambito del Leader II dal GAL Trasimeno Orvietano. I promotori dell'iniziativa Panta Rei ha presentato al GAL un progetto che è stato valutato positivamente ed è stato giudicato meritevole di finanziamento. Dal punto di vista finanziario, l'organizzazione è consistita nella ricerca di fonti diverse di finanziamento per poter raggiungere la massa critica di fondi necessaria allo sviluppo del progetto. Per affrontare il forte investimento per il recupero delle strutture, infatti, la cooperativa oltre a ricorrere ai fondi Leader II, ha acceso 2 mutui ipotecari, ha usufruito di sovvenzioni da parte dei soci e di fondi provenienti dal Fondo di rotazione della lega delle cooperative.

Per il periodo di programmazione del Leader +, non sono stati richiesti finanziamenti, anche perché si è ritenuto non sufficiente il quantitativo di fondi ottenibili per il tipo di spese ammissibili. Attualmente, il centro è alla ricerca di finanziamenti che consentano di completare la ristrutturazione di alcune strutture.

1.2 Gli obiettivi dell'iniziativa

L'obiettivo del centro di educazione ambientale è quello di offrire una serie di servizi indirizzati ad un utente che senta l'esigenza di sperimentare modi di vivere, costruire, produrre e consumare che siano compatibili ed in armonia con l'ambiente. Ciò che si vuole diffondere e trasmettere è una cultura, una filosofia di vita che sia attenta alle problematiche ambientali, non solo nell'accezione di rispetto della natura, ma anche di utilizzo e valorizzazione delle risorse naturali attraverso adeguate tecniche di sfruttamento dei beni comunemente a disposizione per l'uomo. Questi servizi consistono in attività di educazione dedicata alle scuole, attività di formazione e sensibilizzazione, offerte per il turismo.

"Ogni elemento del centro è stato costruito in modo che i materiali di cui è composto si possano toccare e vedere. Il ruolo pedagogico e dimostrativo dell'architettura si esprime, fino al dettaglio, mostrando le soluzioni tecniche e i materiali di origine naturale utilizzati. L'architettura arriva a sollecitare i sensi dell'uomo e a coinvolgerli tutti: i diversi colori degli intonaci di terra cruda, l'odore del legno trattato con impregnanti naturali, la sensazione prodotta toccando un muro di balle di paglia, i suoni dell'acqua che scorre nelle vasche. Visitare Panta Rei diventa un percorso per risvegliare i sensi, ogni spazio esprime un messaggio, suscita una sensazione".

Un passaggio fondamentale è stato l'individuazione del Programma LEADER II come possibile fonte di finanziamento e per l'ingresso di nuovi soci, provenienti da esperienze diverse, ma accomunati dalla convinzione che sia necessario cercare alternative sostenibili al modello di sviluppo che si è andato affermando nel mondo, ormai vicino al suo punto di rottura.

Attualmente l'obiettivo principale del centro continua ad essere quello di portare le persone al centro perché attraverso l'esperienza diretta del soggiorno o della visita, sfruttando l'effetto moltiplicativo dato dal passaparola.

1.3 I soggetti coinvolti

Inizialmente i soggetti coinvolti sono stati il GAL e la Cooperativa Panta Rei; attualmente la Cooperativa Panta Rei.

La Cooperativa nasce nel 1992 e include la Fattoria Buona Terra, già operante sul territorio da anni, e altri 10 soci privati. La Cooperativa ha partecipato fin dall'inizio al partenariato che ha dato vita al GAL Trasimeno Orvietano contribuendo a portare l'attenzione anche alle problematiche ambientali del territorio e valorizzando l'dea dei centri di educazione in questo campo. Tuttavia per non incorrere successivamente in una sorta di conflitto di interessi per cui vi poteva essere coincidenza tra socio la qualità di socio del Gal e quella di beneficiario dei finanziamenti, la cooperativa è fuoriuscita dalla compagine sociale del GAL.

Attualmente la cooperativa presenta la stessa composizione e numero di soci, è preseduta da un presidente e opera attraverso un consiglio di amministrazione costituito da 3 soci.

Le risorse umane coinvolte sono gli operatori dei corsi per le scuole: sono soci della cooperativa che da anni operano nel campo dell'educazione ambientale sui temi dello sviluppo sostenibile, delle tecnologie appropriate, della qualità della vita. Hanno partecipato a tutte le fasi della progettazione del centro e della sua realizzazione. Conducono, ognuno per la propria specificità, i laboratori con i ragazzi; i tecnici e i consulenti.

Il nucleo fisso di persone che il centro riesce a stipendiare è di 6 unità. Vi sono poi alcuni collaboratori che intervengono su chiamata e alcune forme di volontariato che portano persone sia attraverso il servizio civile internazionale, sia tramite agenzie che gestiscono fondi comunitari e che offrono programmi di collocazione di risorse umane.

2. DALL'IDEAZIONE ALL'ATTUAZIONE

"Il progetto nasce con la volontà di recuperare un'area agricola abbandonata e degradata, ma con forti potenzialità. L'idea matura all'interno della cooperativa "La Buona Terra", proprietaria del terreno e delle strutture, che gestisce un'azienda agricola a conduzione biologica e opera come fattoria-scuola dalla fine degli anni '80.

La realizzazione del centro parte quindi dal recupero di tre strutture zootecniche costruite negli anni '70 e non più utilizzate dai primi anni '90. La scelta di recuperare le strutture, anziché demolirle per costruire ex novo, è uno dei punti fondamentali del progetto architettonico, perché in questo modo si mantiene un legame con la storia dell'area, mettendo in primo piano l'idea del recupero, per esaltare il ruolo didattico degli edifici. Il nuovo intervento parte da un supporto già esistente senza nasconderlo, ma cercando di integrarsi con esso nel miglior modo possibile.

Intorno a questa idea si raccoglie, insieme alla Fattoria la Buona Terra, un gruppo di persone che, nel novembre del 1992, si costituisce in cooperativa, muovendosi alla ricerca di collaborazioni e risorse per approfondire gli intenti iniziali ed elaborare un progetto esecutivo.

In particolare, la ricerca si è focalizzata su un progettista che condividesse i valori e le finalità della cooperativa per trasformarli in soluzioni tecniche. Determinante è stato l'incontro con l'AAA (l'Atelier Ambulant d'Architecture), associazione europea di architetti ambulanti, che lavorano in Italia, Francia, Austria e Germania su progetti di rivitalizzazione socio-ambientale realizzati in autocostruzione. Il gruppo non è composto soltanto da architetti, ma si apre ad altre figure professionali per avere un approccio multidisciplinare, che cerca di ridefinire il ruolo e le responsabilità dell'architettura rendendola meno astratta e più vicina ai suoi destinatari. Il progetto di massima scaturisce così da una collaborazione molto stretta tra i due gruppi, in una relazione di interscambio fra le esigenze e le esperienze dei soci della cooperativa e le competenze e le idealità dell'AAA.

I lavori per la realizzazione del centro sono iniziati nell'agosto del 1999, a seguito di una prima autorizzazione del Comune di Passignano, recepita dal GAL, che consentiva alla cooperativa di smaltire l'eternit dei tetti delle strutture esistenti, smontare le opere interne e sabbiare e verniciare le strutture in ferro. I lavori sono stati realizzati, parte in economia e parte da imprese specializzate (es. smaltimento eternit).

Questo primo intervento è stato propedeutico all'inizio dei lavori strutturali, autorizzati dal GAL il 17 novembre 1999. Gli edifici sono stati recuperati utilizzando materiali da costruzione a basso impatto ambientale nella loro produzione, messa in opera ed uso, come legno, terra cruda, sughero, paglia, pietra, canna di lago, che creano un forte contrasto con le strutture d'acciaio. In questo modo si distingue chiaramente il vecchio e il nuovo, le ex strutture zootecniche e gli interventi di miglioramento apportati.

La prima struttura che è stata recuperata è l'ex sala mungitura. L'intervento è partito, alla fine di novembre 1999, dall'adeguamento sismico ed è proseguito con i muri perimetrali realizzati con un doppio strato di forati che creano un'intercapedine riempita con sughero granulare, per ottenere un indice di coibentazione adeguato. Il tetto ventilato è coperto in rame e coibentato con il sughero granulare e la canna del lago. Il solaio è areato. Questo intervento rappresenta un ottimo compromesso fra bioarchitettura e sistemi costruttivi più tradizionali, per cui la struttura assume un particolare significato all'interno del centro, soprattutto in relazione alla sua riproducibilità sul territorio.

I lavori di cantiere sono proseguiti con il recupero della struttura più grande del centro: l'ex ovile. Si tratta di un vasto capannone di 450 mq che ospita la cucina di Panta Rei, la sala da pranzo, una serie di laboratori per le attività didattiche e una grande sala per convegni, seminari e proiezioni. Per il recupero di questa struttura si è fatto largo uso della terra cruda, sia impastata con la paglia, sia sotto forma di mattoni, che garantisce la traspirabilità, l'inerzia termica e una migliore qualità degli ambienti interni. Il tetto è ventilato, con copertura in rame, l'impianto di riscaldamento è a pavimento, alimentato da una caldaia a biomassa integrata da collettori solari.

Contemporaneamente si sono avviati i lavori della terza struttura, l'ex fienile che ospita le camere da letto con un muro vetrato a sud per l'apporto solare passivo che scalda un muro di accumulo realizzato in mattoni crudi, mentre la coibentazione del lato nord è garantita da un muro di tamponamento realizzato in balle di paglia. Il tetto è ventilato con copertura in alluminio riciclato, l'impianto di riscaldamento è a parete alimentato dalla stessa caldaia a biomasse integrata dai collettori solari.

La cooperativa ha cercato di fare del cantiere, per le sue peculiarità, un momento di formazione e di sensibilizzazione dei giovani e delle forze produttive del territorio. Questo obiettivo è stato perseguito organizzando una serie di iniziative in collaborazione con l'associazione "Terra Passumena" che si occupa di sviluppo sostenibile e qualità della vita. Nel corso dei due anni di cantiere sono state realizzate una serie di visite del centro rivolte ad architetti aderenti alle due principali associazioni nazionali che si occupano di bioarchitettura: ANAB e INBAR. Nel luglio e settembre 2000 sono stati organizzati due workshop di una settimana sulla realizzazione dei muri in terra e paglia, ai quali hanno partecipato giovani provenienti da varie parti d'Italia. Nel maggio 2001 un gruppo di ragazzi tedeschi, dell'associazione GATE che si occupa di formazione, ha partecipato ad uno scambio di conoscenze sulle tecniche e i materiali per la pittura delle pareti, grazie all'attivazione di un progetto Socrate. Nel marzo 2001, la quinta elementare della Scuola di Pontenuovo (PT), Istituto Comprensivo Leonardo da Vinci, ha fatto, a Panta Rei, una serie di esperienze sull'energia solare e sui mattoni di terra cruda. Nel giugno e luglio 2001, Terra Passumena, in collaborazione con Panta Rei, ha organizzato due campi del Servizio Civile Internazionale, a Panta Rei, sull'uso della terra cruda in architettura che ha visto la partecipazione di 20 ragazzi di varie parti del mondo. Tutte queste esperienze hanno portato alla cooperativa e ai suoi operatori una grande ricchezza in termini di formazione e confronto anche con altre culture.

Ad agosto 2001 è stato realizzato anche l'impianto di fitodepurazione, che permette al centro di depurare le acque sporche in maniera naturale, sfruttando l'azione delle piante e dei batteri. A margine di questi interventi, sono stati effettuati una serie di lavori per la sistemazione degli esterni, con la realizzazione di muri a secco per il contenimento del terreno, staccionate, regimazione delle acque piovane, bonifica dei materiali di risulta presenti nell'area e piantumazione di erbe officinali.

Attualmente il centro offre le seguenti attività:

1.Educazione per le scuole

"Educare allo sviluppo sostenibile partendo dai gesti della vita quotidiana"

La proposta educativa si rivolge alle scuole di ogni ordine e grado, dalle elementari alle superiori. L'obiettivo principale di tutto il percorso è quello di far sperimentare ai ragazzi la possibilità di soddisfare i propri bisogni quotidiani in maniera diversa, diminuendo l'impatto sull'ambiente e migliorando la qualità della vita. A Panta Rei i cicli delle risorse (acqua, energia, alimentazione, rifiuti) possono essere seguiti e gestiti dall'inizio alla fine, in modo da poter vedere le conseguenze di ogni gesto e di ogni scelta. La proposta principale di Panta Rei è la settimana residenziale, ma è possibile anche visitare il centro nell'arco della giornata.

La settimana residenziale: durante la loro permanenza i ragazzi si occupano, insieme agli operatori, della gestione del centro (dalla preparazione dei pasti, alla gestione delle fonti energetiche rinnovabili, dalla divisione dei rifiuti, all'orto biologico) e partecipano a laboratori specifici sui vari argomenti (energia solare, biomasse, acqua, terra cruda, consumo consapevole, ecc.).

L'esperienza nel campo dell'educazione ambientale ha dimostrato che il 'fare' è il miglior maestro per acquisire quella 'cultura ambientale' senza la quale risulta impossibile orientare le nostre azioni in termini di sostenibilità e durata. A partire dalla trasformazione degli atti della quotidianità, della gestione e uso degli spazi e delle pratiche domestiche, è possibile rendersi consapevoli dei legami esistenti fra l'uomo e il suo ambiente.

L'esperienza a Panta Rei richiede ai ragazzi un'assunzione di responsabilità nei confronti del luogo che li ospita e la capacità di cooperare per assicurare il buon funzionamento della piccola comunità.

Particolare attenzione è riservata all'alimentazione, rispettando la stagionalità e scegliendo solo prodotti biologici.

All'interno di questa impostazione comune, gli insegnanti possono scegliere fra 4 proposte di settimana residenziale tematica: l'energia da fonti rinnovabili (sole, vento, biomasse), l'acqua, la terra, la qualità della vita; oppure possono optare per una settimana pluritematica che affronta tutti e 4 gli argomenti.

2. Formazione

L'attività di formazione è gestita da Panta Rei in collaborazione con due società specializzate in formazione. Queste ultima si occupano della parte burocratica e amministrativa, mentre la progettazione dei corsi, i contenuti, le sedi ed il tutoraggio dell'attività sono svolti dalla cooperativa.

L'offerta formativa prevede:

- workshop: si svolgono in gran parte nel fine settimana, dal venerdì alla domenica e riguardano temi che spaziano dalla bioarchitettura, alla cucina biologica, dalle fonti rinnovabili di energia, alla salute.
- seminari e convegni: incontri di confronto e informazione su temi legati allo sviluppo sostenibile, alla qualità della vita, ecc.
- corsi organizzati da Panta Rei: corsi di formazione per educatori, insegnanti, artigiani.
- corsi organizzati da altri soggetti: la cooperativa mette a disposizione le proprie strutture e i propri operatori per corsi organizzati da enti pubblici o soggetti privati. Ad esempio, Panta Rei, insieme ad altri soggetti quali l'Atelier Ambulant d'A. ed il CentroTerra, fa parte del centro Ecoform, gestito dall'architetto Rainer Toshikazu Winter, un laboratorio che offre l'opportunità di completare gli studi in architettura e ingegneria, le professioni apprese negli istituti tecnici, l'iter professionale del progettista, della ditta esecutrice e del singolo artigiano, con un approccio teorico-pratico.

3.Offerta per il Turismo

Relativamente al turismo, le proposte sono essenzialmente due:

- campi estivi per ragazzi: l'educazione ambientale attraverso il gioco e l'esplorazione del territorio del Trasimeno.
- soggiorni per famiglie: organizzati insieme alla Fattoria La Buona Terra, prevedono che i ragazzi lavorino presso la fattoria-scuola, mentre i genitori possano fare turismo o partecipare a laboratori organizzati; sono previsti alcuni momenti di attività congiunta di genitori e figli; la sera c'è animazione per le famiglie che si riuniscono dopo giornate trascorse separatamente.

Inoltre, l'offerta turistica include anche la ristorazione, con piatti tipici dell'Umbria preparati con prodotti biologici e, di tanto in tanto, la possibilità di avvicinarsi alla cucina di altre culture.

A supporto delle attività di educazione ambientale ed in particolare, per la loro promozione, la cooperativa ha effettuato una serie di iniziative di comunicazione per incrementare la visibilità e le relazioni con il territorio circostante. In particolare, la cooperativa aderisce alla Rete CEA (Centri di educazione ambientale) della Regione Umbria, nell'ambito della quale è stato elaborato il SIQ, un sistema di indicatori di qualità per l'offerta di servizi educativi al quale gli aderenti alla rete si attengono. La rete CEA è inoltre inserita nel CRIDEA, il Centro Regionale per l'Informazione, la Documentazione e l'Educazione Ambientale, nodo regionale del Sistema Nazionale INFEA.

Questo è operativo dal 1 giugno 1998, ed è frutto dell'accordo di programma tra Regione Umbria e Province di Perugia e di Temi con funzioni di:

- coordinamento funzionale tra le strutture pubbliche e collaborazione con soggetti pubblici e privati e con associazioni per promuovere attività di ricerca, sperimentazione e pubblicizzazione nel campo dell'informazione e dell'educazione ambientale in ambito regionale;
- impostazione metodologica dell'attività di formazione informazione e documentazione;
- impostazione e realizzazione delle campagne di comunicazione, informazione e sensibilizzazione ambientale;
- coordinamento delle attività dei Centri di Educazione ambientale facenti parte della Rete Regionale. Si avvale delle strutture ed esperienze già avviate dai due Laboratori Territoriali Provinciali.

Tra le attività del CRIDEA, ad esempio, vi è il progetto "A scuola nell'ambiente", per il quale vengono organizzate le uscite nei CEA aderenti alla Rete, contribuendo quindi a diffondere la conoscenza dei centri ambientali dalla popolazione locale.

Inoltre, sempre attraverso finanziamenti pubblici, è stato prodotto del materiale promozionale per tutti gli aderenti alla Rete con il marchio della regione Umbria

Oltre ad usufruire dei vantaggi derivanti dalla partecipazione alla Rete, la cooperativa ha intrapreso autonomamente delle iniziative rivolte a far conoscere il centro anche nelle regioni limitrofe all'Umbria. Ad esempio, viene offerto il soggiorno gratuito agli insegnati di suole di altre regioni affinché sperimentino l'offerta del centro e propongano e organizzino nelle loro scuole la visita al centro. A breve, la cooperativa intende avviare ei contatti direttamene con le scuole di altre regioni e ad esempio estendendo il raggio d'azione fin al Lazio e a Roma, entrare in contatto con la Città dei Ragazzi.

Per quanto riguarda la formazione, l'architetto Winter gestisce dei moduli di insegnamento alla facoltà di architettura di Roma Tre sulle tematiche della bioedilizia, le cui lezioni in parte vengono svolte presso la sede di Panta Rei. Con questa collaborazione con l'Università viene dato un importante contributo alla conoscenza e sperimentazione del Centro raggiungendo un bacino di potenziali utenti molto vasto quale quello della popolazione romana.

Relativamente all'offerta turistica, alcune iniziative di pubblicizzazione sono state una recensione sul centro comparsa su Repubblica Viaggi ed una newsletter redatta dal centro che viene periodicamente inviata sulla base di una mailing-list agli ospiti che hanno già sperimentato il soggiorno, al fine di "fidelizzare" la clientela, mantenendo il contatto e fornendo loro informazioni.

3. I RISULTATI DELL'INIZIATIVA

Panta Rei è risultato nel 2003 il centro di educazione ambientale più visitato tra quelli esistenti in Umbria, con la presenza di 35 scuole. Negli ultimi 2 anni, ovvero nel 2003/2004 si sono rilevati circa 7000 visitatori. Si lamenta però la prevalenza di visite rispetto ai soggiorni, dovuti in genere alla vicinanza tra il luogo originario di residenza e il sito del centro di educazione.

L'iniziativa è significativa anche rispetto all'impatto occupazionale sul territorio circostante: in un'area nella quale difficilmente si creano occasioni di lavoro soprattutto per i giovani, a parte il settore turistico che traina la zona grazie all'attrattività del Lago Trasimeno, il Centro ha dato impiego a 10 persone. Da sottolineare che anche il tipo di lavoro è risultato estremamente qualificante, in quanto erano richieste e potevano essere incrementate con la pratica competenze tecniche, pedagogiche e formative.

Anche se difficilmente misurabile, un risultato di tipo qualitativo è il cambiamento culturale che il centro ha provocato attraverso la sperimentazione da parte di tutti gli ospiti di modi di vivere, consumare, progettare differenti da quelli ai quali siamo abituati e maggiormente rispettosi dell'ambiente, delle risorse naturali limitate, di principi etici (quali evitare gli sprechi, riciclare materiale etc.).

Tra i risultati "trasversali" all'iniziativa, si annovera la creazione di una rete di contatti e relazioni con i soggetti locali più significativi, quali la Regione, il GAL, gli altri CEA, le scuole, l'università, i centri di bioarchitettura specializzati in Italia e all'estero, rete non imputabile solo alla partecipazione alla Rete CEA, e attraverso la quale il centro può attivamente collaborare, proporre progetti ed è stato riconosciuto come soggetto di sviluppo sul territorio.

A testimonianza di ciò, il Centro lavorerà a stretto contatto con la Comunità Montana Monti del Trasimeno, la quale ha attivato Agenda 21 ed ha organizzato dei tavoli di lavoro, nell'ambito dell'utilizzo dei fondi del PSR, aggregando ed organizzando i soggetti locali su diversi temi di interesse. La comunità ha, infatti, voluto come capofila per una di questi tavoli la cooperativa Panta Rei. Più in dettaglio, Panta Rei guiderà un progetto di filiera che ha come obiettivi: la commercializzazione di prodotti tipici. Per la cooperativa la partecipazione al progetto implicherà la commercializzazione di pollo biologico, l'organizzazione di un punto di informazione, la commercializzazione di prodotti dei produttori locali, la promozione dei prodotti con un marchio comune.

Una valutazione dei punti di forza e di debolezza dell'iniziativa porta ad individuare, tra i primi:

- la validità dei contenuto proposti e dei metodi utilizzati; l'educazione ambientale attualmente non è più un'attività innovativa in se stessa, ma il centro Panta Rei è stato tra i primi a soddisfare una domanda di informazione e di cultura specializzata in questo ambito e ha svolto e svolge questo compito attraverso metodi efficaci, il primo dei quali è la formazione che avviene tramite l'esperienza
- la coerenza nel sostenere economicamente l'idea senza cedere alla pura logica commerciale (trasformazione in agriturismo o albergo)
- la capacità di stare in rete e di capire il ruolo da svolgere nella rete.

Tra i punti di debolezza si riscontra la mancanza di un organigramma all'interno della cooperativa, in base al quale organizzare ruoli, attività e competenze.

Inoltre, le strategie di comunicazione e promozione delle attività del centro sono ancora poco sviluppate.

Altre difficoltà presenti al momento riguardano:

- la disponibilità di finanziamenti per completare la ristrutturazione
- alto turnover dei collaboratori (volontari stranieri)

4. ANALISI DELLA BUONA PRATICA

Nell'ottica dell'analisi e della valutazione del progetto negli aspetti riconoscibili come buona pratica, occorre mettere in evidenza che gli elementi di eccellenza fino ad ora emersi sono relativi a:

- elaborazione del progetto di alto livello grazie all'approccio partecipativo con unione di competenze diverse
- rapporto di collaborazione efficace e costruttivo con il GAL
- provata capacità di proseguire il progetto anche al di fuori dell'ambito Leader
- l'idea non è innovativa in assoluto, ma è comunque originale nel contesto locale e anche nel contesto italiano (i centri sono più diffusi all'estero)
- sostenibilità economica: il progetto continua a sopravvivere e ad essere sviluppato anche senza fondi Leader; essendo un progetto sperimentale, l'investimento iniziale è stato alto e la redditività dell'iniziativa si sviluppa nel lungo periodo (oltretutto i prezzi per il pubblico sono inferiori a quelli di mercato dato che il costo per un giorno è di 25 euro e di 125 euro per l'intero soggiorno, anche perché il costo per il 30-40% è sostenuto dalla Regione).ma poiché vi è la consapevolezza che un progetto per essere sostenibile nel tempo debba produrre reddito, si aspettano nuove entrate da attività che si stanno sviluppando di recente, quali la commercializzazione all'interno del centro, dall'incentivazione del turismo ed in particolare dei campi estivi, dall'aumento di corsi di formazione (ad esempio vi è un accordo con AIAB per organizzare corsi di formazione per gestori di agriturismi a gennaio, in un periodo libero di impegni) e docenze anche all'esterno del centro. L'educazione ambientale è sempre stata e rimane la prima voce di fatturato del centro.
- rilevanza "politica": nel territorio si è posto come iniziativa di successo e significativa in termini di immagine, di filosofia, di promozione di un certo tipo di cultura
- riproducibilità: lo sviluppo del centro essendo basato sull'utilizzo di materiali e risorse naturali si presta ad una riproducibilità assoluta
- mainstreaming: in termini di impatto sul sistema, sicuramente c'è un impatto o effetto sul sistema educativo locale che sembra interessato a offrire questa opportunità agli studenti

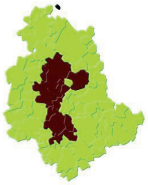
- approccio partecipativo (cantiere partecipato) durante l'elaborazione del progetto: stretta collaborazione e condivisione di obiettivi ed esigenze con architetto (Winter), tecnici e soci cooperativa. Laboratorio di formazione per tutti i partecipanti, occasione di acquisizione di competenze interne per fare successivamente formazione e educazione ambientale. Il risultato è consistito in professionalità specifiche sotto il coordinamento di Winter. Anche la successiva realizzazione dell'opera architettonica è stata fatta congiuntamente.
- frequente aggiornamento delle competenze interne: riqualificazione del personale attraverso 2 corsi affidati al pedagogo Tonucci del CNR, docente con il quale il centro era già in contatto in fase di progettazione.
- attività di valutazione: confronto in itinere con i partecipanti ai campi e soggiorni, formali e informali, questionari sottoposti agli insegnanti.

	Soluzioni istituzionali/ sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Analisi del metodo seguito			
Qualità		Attenzione alla qualificazione/ formazione del personale	Approccio partecipativo nella formulazione del progetto
Innovazione		Forte coinvolgimento e sperimentazione da parte degli utenti dell'educazione che diventano protagonisti delle metodologie proposte	Utilizzo di materiali e metodi ripresi dalla tradizione e dalle tecniche primordiali e per questo innovativi per la costruzione del centro
Integrazione	Collaborazione con Rete CEA della Regione Umbria Collaborazione con altre scuole della regione Collaborazione con il GAL per la progettazione Messa in rete con il progetto Lenoardo che crea integrazione sui progetti di educazione in tutta Europa	Recupero di una area degradata e abbandonata e messa in rete con aree più evolute e più attrattive della regione	
Analisi dei risultati			
Misurabilità-efficacia		Richieste per ogni anno di periodi di volontariato da parte di giovani da tutta Europa	Numero visite da parte delle scuole (35) Numero soggiorni
Sostenibilità			Valorizzazione del territorio nell'ottica della sostenibilità ambientale ed economica
Aree di cambiamento	Proposta educativa originale Promozione del territorio		
Trasferibilità			
Analisi di contesto		Replicabilità del modello della comunità	
Contaminazione con altri strumenti di politica	Rapporto di comunicazione costante con il GAL e con le altre istituzioni per la ricerca di finanziamenti		
Utilizzo in altri settori			

Per quanto riguarda le specificità del Leader, il progetto Panta Rei presenta metodologie e approcci che sembrano poter essere stati stimolati dal Leader stesso, ma che hanno anche trovato terreno fertile e che sono quindi diventati metodi di lavoro consolidati della cooperativa.

Caratteri del LEADER	Declinazione dei caratteri
Approccio territoriale/bottom up/integrazione	• il progetto per le finalità che persegue e le attività nelle quali si concretizza è sinonimo di integrazione (dal punto di vista ambientale soprattutto) e si colloca in un'area nella quale vi è grande necessità di una valorizzazione dal punto di vista delle risorse locali e ambientali
Partnership	• Ci si riferisce alla partnership di progetto: progettazione partecipata, cantiere di architetti, tecnici e soci della cooperativa in continuo scambio e condivisione del lavoro
Innovazione	• Attività e tecniche sperimentali, utilizzate in altre realtà all'estero
Cooperazione/Rete	• il punto forte di tutto il progetto: la cooperativa è un soggetto operante da anni nel territorio con una forte partecipazione alla rete di centri ambientali della regione, ai progetti nelle scuole, all'attività del GAL.

I CIRCUITI DEL PAESAGGIO



Regione – GAL	**Umbria – Media Valle del Tevere e dei Monti Martani**
Settore	Ambiente e Natura - Valorizzazione risorse naturali
Costo	Costo totale € 504.742,53 Contributo GAL € 151.422,76
Data avvio lavori	Luglio 2003

L'iniziativa è stata realizzata nel territorio del Comune di Todi e nasce, nell'ambito dell'elaborazione del Piano Regolatore Generale comunale, con l'intento di valorizzare l'intero territorio comunale rurale, solitamente trascurato dai grandi flussi turistici attratti dal centro storico del comune[1].

Tale territorio, che misura un'estensione territoriale pari a circa 220 kmq e che comprende 37 frazioni, ha una valenza prevalentemente rurale e risulta caratterizzato da interessanti risorse paesaggistiche e architettoniche, da attività di produzione agricola e agroalimentare (cantine e frantoi in particolare), dalla presenza di strutture ricettive rurali di recente realizzazione.

Con l'iniziativa sono stati progettati e realizzati sei circuiti, definiti "Circuiti del Paesaggio", che coprono l'intero territorio rurale comunale e che sono composti da diversi tipologie di itinerari, percorribili in parte in auto, in parte a piedi, a cavallo, o in bicicletta, con l'obiettivo di mettere in rete e valorizzare tutte le risorse del territorio rurale.

La fase realizzativa, finalizzata alla realizzazione e posa in opera della segnaletica, alla realizzazione dei tracciati, dei belvedere e alla riqualificazione dei borghi rurali, è stata preceduta da una fase di progettazione dei circuiti e della segnaletica, di animazione territoriale e di ricerca sulle modalità di gestione e promozione del progetto.

Il progetto ha inoltre previsto una importante fase finale di divulgazione e promozione delle attività realizzate.

1. LA NASCITA DELL'INIZIATIVA

1.1 Il contesto di riferimento e le motivazioni

Il contesto territoriale ed economico

Il territorio del GAL è situato nella parte centrale della Regione Umbria e comprende il territorio di dodici Comuni della Provincia di Perugia e due Comuni della Provincia di Terni.

L'estensione dell'area, con esclusione del Comune di Perugia che risulta ripartito in tre aree GAL, è pari a 1.526,73 Kmq, con una popolazione residente complessiva di 107.999 abitanti distribuiti negli altri tredici comuni.

Amministrativamente, oltre ai 14 Comuni e alle 2 Provincie, operano 5 Comunità Montane (Comunità Montana dei Monti Martani e del Serano, Comunità Montana Monte Peglia e Selva di Meana, Comunità dei Monti del Trasimeno, Comunità Montana di Croce Serra – Amerino, Comunità Montana del Subasio) e due Parchi Regionali (Parco del Subasio e Parco del Fiume Tevere);

Come descritto nel documento di programmazione del LEADER+, dal punto di vista morfologico il territorio PAL "presenta una grossa complessità di ambiti ambientali molto significativi sia sotto l'aspetto paesaggistico che naturalistico. La presenza di un tratto del bacino idrografico del Tevere costituisce una valenza ambientale tra le più significative di quelle presenti in Regione. Il Fiume Tevere con la sua valle ha un ruolo di protagonista per essere l'elemento generatore delle ampie zone pianeggianti agricole e dei processi storici antropici del territorio. La zona collinare dai caratteristici dolci pendii si propone come l'area di collegamento interessata da una elevata eterogeneità tra la valle e l'habitat naturale dei Monti e come l'ambito che custodisce maggiormente la capacità di integrare le energie antropiche e naturali e conservare le tradizioni culturali dell'uso del territorio.

[1] Il caso studio è stato redatto da Filippo Gotti. Per la sua realizzazione sono stati intervistati Monica Rossetto (Direttore GAL Media Valle del Tevere), Franco Marini (Responsabile del progetto per il Comune di Todi), Marco Spaccatini (Consulente del Comune di Todi), nel mese di gennaio 2008. Tutte le informazioni presenti nel caso studio sono state ricavate dalle interviste e dal Piano di Sviluppo Locale: "I Borghi Rurali della Media Valle del Tevere e dei Monti Martani: Ambiente, Tradizione, Cultura e Tipicità per uno sviluppo integrato ed eco-sostenibile." Sono stati inoltre consultati i siti internet del GAL (http://www.mediavalletevere.it/) e quello creato con l'iniziativa (http://www.circuitidelpaesaggio.it).

E' proprio sulle strutture geomorfologiche della fascia collinare che si sviluppano gli antichi insediamenti medioevali con i loro sistemi territoriali; medi e piccoli borghi che nella storica lotta per il dominio di parti di territorio e nella vicendevole sottomissione a uno di essi, sono riusciti a mantenere le proprie peculiarità. L'area è caratterizzata da una struttura insediativa policentrica che ha origini storiche, il cui fulcro motore è un sistema di città indipendenti (Perugia, Assisi, Todi, …), già stabili e costituite saldamente nell'atichità, a cui fa capo un territorio storicamente definito con sistema di centri storici (castelli e borghi rurali), messi in rete dalle antiche infrastrutture stradali".

Dal punto di vista economico, sempre secondo quanto evidenziato nel PSL "L'area della Media Valle del Tevere, all'interno della Regione, presenta una elevata specializzazione per il settore agricolo ed agroalimetare, come indicato dai dati sulla ripartizione della popolazione attiva per settore di attività e dagli indici di localizzazione di rami di attività rispetto al resto della provincia. L'analisi della struttura del sistema agricolo nell'area non ha evidenziato differenziazioni significative con il resto della provincia rispetto alle forme di conduzione aziendale, alla dimensione media delle aziende ed alla loro distribuzione in classi dimensionali. L'analisi dei dati censuari ha infatti evidenziato una sostanziale prevalenza in tutti i Comuni dell'area della conduzione diretta sia in termini di aziende che di superficie coltivata ed una notevole stabilità della dimensione aziendale. Nel 1991 il 93% delle aziende erano a conduzione diretta con una superficie totale di circa il 62% di quella complessivamente agricola. Dal punto di vista produttivo nell'area si evidenziano le differenziazioni caratteristiche tra territori di valle e aree montane. La pianura del Tevere è caratterizzata da un'agricoltura intensiva che ha mostrato negli ultimi anni una notevole dinamicità e capacità di riconversione produttiva. Vi è stato infatti un notevole incremento delle colture ortofrutticole che hanno in parte sostituito colture tradizionali quali il tabacco. Nelle aree collinari e montane l'attività agricola è a carattere estensivo con prevalenza di colture cerealicole rispetto a quelle foraggiere e ai prati pascoli maggiormente coltivati nelle zone interne. Aree di forte marginalizzazione con prevalenza di pascoli e allevamenti estensivi ovicaprini sono localizzate essenzialmente nella zona dei Monti Martani".

Tutta l'area è interessata da una progressiva conversione verso colture specializzate quali vite ed olivo

Nella zona esiste una forte concentrazione di allevamenti di tipo industriale, in particolare di suini e avicoli. Gli allevamenti sono localizzati per lo più in aree limitrofe al corso del Tevere, meglio servite dal punto di vista dei trasporti; i suini allevati nella Media Valle del Tevere nel 1991 rappresentavano circa un terzo dell'intera produzione provinciale ed il numero di avicoli risultava pari ad oltre il 50 per cento di quello complessivamente presente nella Provincia di Perugia alla stessa data.

In sintesi nell'area si è in presenza di un settore agricolo caratterizzato da:

- una sostanziale omogeneità con il resto della provincia per quanto riguarda dimensioni e forme di conduzione aziendale;
- specializzazione nelle produzioni di tipo industriale sia vegetale che animale;
- un impoverimento colturale delle zone più marginali collinari e montane;
- un aumento delle colture a basso input di lavoro ed un aumento del contoterzismo e del part-time sia nelle aree più produttive che in quelle collinari".

Il contesto organizzativo

Il progetto è stato finanziato dal Piano di Sviluppo Locale (PSL) "I Borghi Rurali della Media Valle del Tevere e dei Monti Martani: Ambiente, Tradizione, Cultura e Tipicità per uno sviluppo integrato ed eco-sostenibile" del GAL Associazione Media Valle del Tevere, nell'ambito della IC LEADER +.

Il GAL si è costituito nel 1994 ed ha gestito anche il programma dell'Iniziativa LEADER II per il periodo di programmazione 1994-1999.

L'attuale base sociale del GAL è costituita da 17 enti pubblici (14 Comuni, Provincia di Perugia, Comunità Montana Monte Peglia e Selva di Meana, Consorzio Parco Fiume Tevere) e da 8 soggetti privati (banche, associazioni di categoria agricole, artigianali e commerciali).

L'iniziativa è stata inoltre inserita nel programma della Commissione Europea "URB-AL", a cui il Comune di Todi aderisce, il quale si propone di mettere in atto degli interventi di cooperazione fra città ed enti locali dell'Europa e dell'America Latina.

1.2 Gli obiettivi dell'iniziativa

Come riportato nel PSL, la misura "itinerari paesaggistici e parchi tematici del comprensorio tuderte", prende spunto dal lavoro portato avanti dall'ufficio del Piano per la redazione del Piano Regolatore Generale del comune di Todi e ha l'obiettivo di valorizzare le numerose frazioni del territorio caratterizzate da un crescente fenomeno di abbandono

In particolare il progetto vuole valorizzare sia il paesaggio rurale, sia le frazioni e i borghi minori solitamente trascurati dai grandi flussi turistici attratti unicamente dal centro storico del comune, creando, promuovendo, e allo stesso tempo tutelando, una rete di tutte le risorse paesaggistiche, architettoniche, agro-alimentari e turistiche e connotando i vari centri con una identità specifica che scaturisca dalle loro vocazionalità.

1.3 I soggetti coinvolti

Il promotore e beneficiario diretto del progetto è il Comune di Todi.

L'Ufficio del Piano del Comune, incaricato della realizzazione delle attività, ha operato in parte con risorse interne, in parte con personale dell'Ufficio Urbanistico e dell'Ufficio Tecnico e in parte utilizzando professionalità di altri enti pubblici e privati e singoli consulenti.

Lo studio di marketing è stato realizzato dall'Istituto di ricerca regionale Agenzia Umbria Ricerche (AUR), la risistemazione dei sentieri è stata effettuata dalla Comunità Montana Monte Peglia e Selva di Meana, mentre Slow Food Umbria ha curato l'aspetto enogastronomico inserito nelle pubblicazioni divulgative.

Sono state inoltre coinvolte numerose altre professionalità resesi necessarie durante le varie fasi del progetto, quali: agronomi, paessaggisti, storici dell'arte, esperti in partecipazione, grafici.

Dal punto di vista finanziario sono intervenuti due istituti di beneficenza, l'ETAB (ente di assistenza e beneficenza di Todi) e l'azienda pubblica di servizi alla persona "Veralli Cortesi", che hanno contribuito ai costi di realizzazione con un importo totale di 10.000.

Anche la Comunità Montana Monte Peglia e Selva di Meana ha cofinanziato l'intervento con un contributo di 50.000 Euro.

Il resto del cofinanziamento è stato sostenuto dal beneficiario Comune di Todi.

2. DALL'IDEAZIONE ALL'ATTUAZIONE

L'iniziativa viene approvata dal GAL nel luglio 2003 sulla base del progetto preliminare e il progetto definitivo viene approvato nel dicembre 2003 con la stipula della convenzione tra il GAL e il Comune di Todi.

Il progetto ha inizialmente previsto lo svolgimento di un'attività di ricerca, terminata nel luglio 2004, che, sulla base dell'analisi di analoghi interventi ha fornito suggerimenti sulle modalità di gestione e promozione del progetto.

Contemporaneamente è stata condotta un'ampia fase di animazione e partecipazione, svoltasi tra novembre 2003 e novembre 2004.

Sono stati svolti dei percorsi formativi del personale interno del comune per il ruolo di "facilitatori" di processi di progettazione e pianificazione partecipata. Sono stati quindi svolti tre incontri partecipativi e due workshop pubblici di consultazione a cui hanno partecipato Pro Loco, operatori agricoli, aziende agrituristiche, comitati locali, rappresentanti di istituzioni locali (scuole in particolare), associazioni di categoria e del tempo libero, singoli cittadini.

Gli eventi partecipativi hanno coinvolto una vasta platea di soggetti, ma va rilevato che nel corso del tempo tale partecipazione è diminuita e non è tuttora stato raggiunto l'obiettivo inizialmente prefissato di costituire una struttura di soggetti pubblici e privati che si occupi permanentemente della manutenzione e promozione dell'iniziativa.

La fase di animazione ha comunque fornito numerosi elementi utili per le successive fasi, attuate tra giugno 2004 e ottobre 2005, relative alla progettazione esecutiva dei sei percorsi e della relativa segnaletica, nonché al censimento delle risorse presenti nelle aree interessate dai percorsi stessi.

I sei percorsi progettati, di seguito descritti, formano un circuito con un estensione totale di circa 120 Km (definito "Il grande circuito") e sono formati da sub tratte che di volta in volta sono percorribili con differenti mezzi di trasporto (auto, bicicletta, cavallo, piedi). Dalla maggior parte dei percorsi si dipartono alcune passeggiate dirette a siti di interesse storico-naturalistico.

Circuito 1: Sulle tracce del Romanico - Lunghezza totale 32 Km, di cui 24 di strada asfaltata, percorribili in auto o in bicicletta. Due passeggiate da fare a piedi o a cavallo di 17,5 Km.

Circuito 2: La pianura fertile e vaga - Lunghezza totale 15 Km, di cui 7 di strada asfaltata, percorribili in auto o in bicicletta. Due passeggiate da fare a piedi o a cavallo o in bicicletta di 13,5 Km.

Circuito 3: Le alture sul tevere - Lunghezza totale 39 Km, di cui 35,5 di strada asfaltata, percorribili in auto o in bicicletta. Due passeggiate da fare a piedi o in bicicletta di 15 Km.

Circuito 4: Un paesaggio di torri e fortezze - Lunghezza totale 28 Km, di cui 21,5 di strada asfaltata, percorribili in auto o in bicicletta. Due passeggiate da fare a piedi o a cavallo o in bicicletta di 12,5 Km.

Circuito 5: Tra due torrenti - Lunghezza totale 20 Km, di cui 12,3 di strada asfaltata, percorribili in auto o in bicicletta. Una passeggiata da fare a piedi o a cavallo di 14 Km.

Circuito 6: Il colle solitario - Lunghezza totale 12 Km, di cui 2 di strada asfaltata, percorribile a piedi.

I sei percorsi progettati hanno un estensione totale di circa 120 Km e sono formati da sub tratte che di volta in volta sono percorribili con differenti mezzi di trasporto (auto, auto-bici-piedi, piedi-bici-cavallo).

La fase realizzativa, iniziata a ottobre 2005, è terminata a giugno 2007 e ha riguardato:

- la sistemazione della rete sentieristica di circa 15 Km;
- la posa in opera della segnaletica;
- la sistemazione di sei aree verdi dei borghi rurali;
- la sistemazione tre di punti panoramici.

La terza fase dell'iniziativa, svoltasi prevalentemente durante tutto il 2007, ha previsto la produzione di materiale illustrativo e la realizzazione di eventi promozionali. Sono stati realizzati:

- depliant divulgativi/illustrativi dei percorsi;
- una guida dei percorsi (messa in vendita e i cui proventi dovranno essere destinati alle spese di manutenzione);
- dei gadget promozionali;
- un sito internet, da cui è anche possibile scaricare le mappe dei circuiti;
- una mostra fotografica.

Sono state inoltre condotte altre attività promozionali, quali:

- partecipazione al BIT di Milano;
- partecipazione al Urbanpromo di Venezia;
- distribuzione dei depliant tramite l'inserto "Viaggi" del quotidiano "La Repubblica".

3. I RISULTATI DELL'INIZIATIVA

La realizzazione dei sei circuiti del paesaggio ha consentito di identificare, classificare e mettere in rete le risorse di un'area sinora poco valorizzata.

La caratterizzazione dell'area con elementi di attrattività e la dotazione di idonee infrastrutture per la loro fruibilità, ha fornito agli operatori turistici e commerciali uno strumento di sviluppo economico. Per tale motivo gli operatori hanno accolto con molto favore l'intervento. Anche la popolazione residente ha beneficiato della realizzazione di alcune aree verdi.

Non è previsto un sistema di rilevazione degli utenti dei percorsi realizzati, tuttavia è stato riscontrato che alcune agenzie di viaggio hanno inserito i "circuiti" nei loro pacchetti turistici e che alcuni agriturismi li hanno inseriti nei loro siti internet. Il materiale divulgativo prodotto viene molto richiesto, soprattutto in seguito allo svolgimento di attività ed eventi promozionali.

Per l'area, che ha sempre visto il centro cittadino come unica risorsa da valorizzare, si è trattato di un progetto innovativo e molto percepito da tutta la popolazione. Infatti, probabilmente anche grazie all'intensa attività di animazione condotta, sono stati rilevati effetti positivi sul senso di identità culturale e di appartenenza al territorio anche per la popolazione non direttamente interessata dall'aspetto di valorizzazione turistica, incidendo sulla consapevolezza e la sensibilizzazione per le risorse presenti.

L'iniziativa è ovviamente trasferibile e in questo senso il GAL intenderebbe riproporla con l'attuale programmazione sia in altri comuni confinanti con Todi, sia con comuni aventi analoga valenza di Todi, quale ad esempio il Comune di Assisi.

Per il futuro appare necessario sviluppare concretamente delle ipotesi di gestione dell'iniziativa ai fini di mantenere e promuovere adeguatamente quanto realizzato. Tuttavia da questo punto di vista l'animazione condotta non ha portato a risultati concreti e la partecipazione agli eventi organizzati è andata scemando nel corso del tempo. Anche la nomina di sei delegati referenti delle sei aree oggetto dei circuiti realizzati, non ha dato risultati rimarchevoli in termini di definizione di possibili modalità di gestione future dell'iniziativa.

Una valutazione dei punti di forza dell'iniziativa porta ad individuare i seguenti elementi:

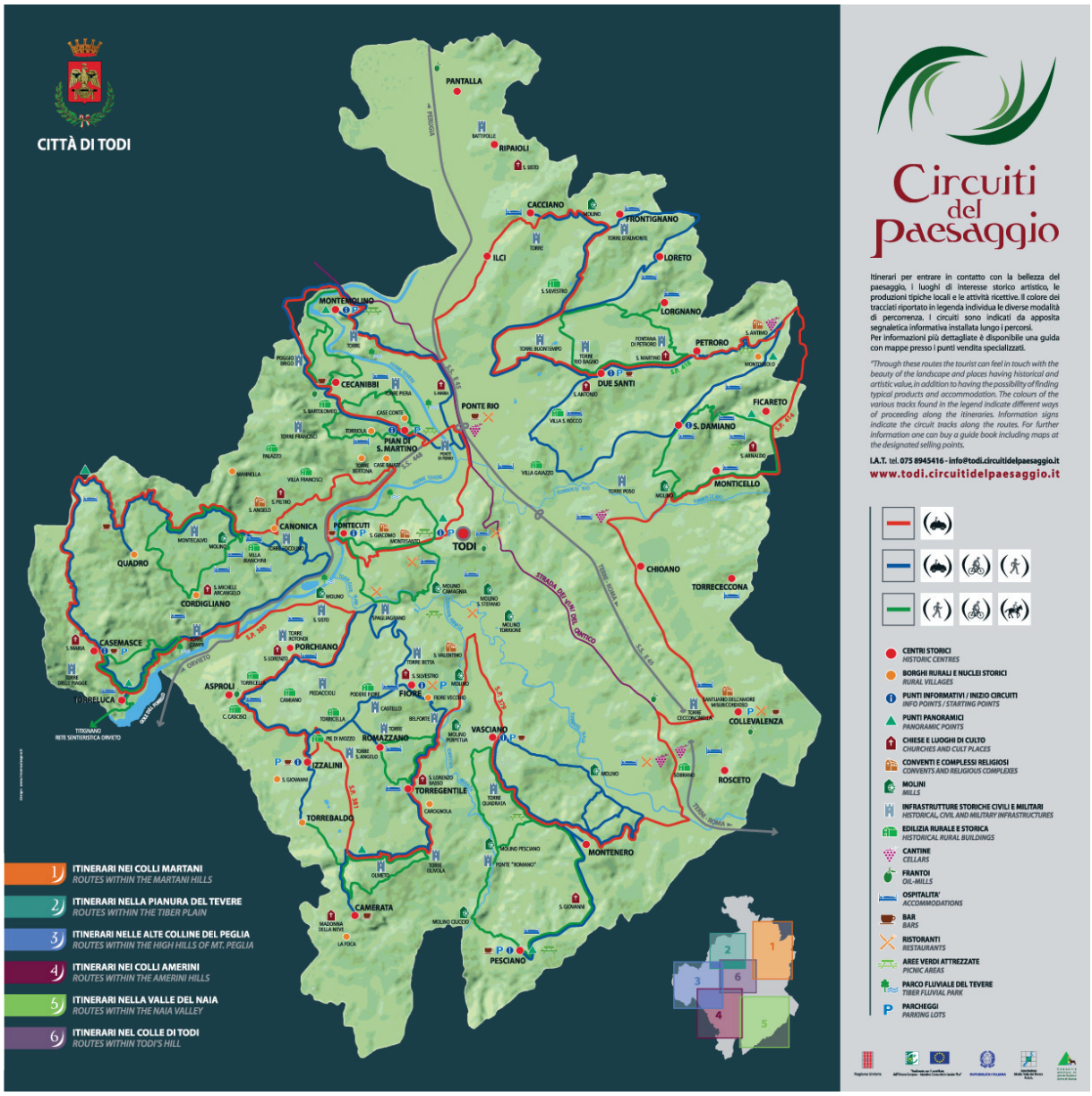
- la fase progettuale dell'iniziativa ha visto il coinvolgimento di una vasta platea di soggetti istituzionali ed economici del territorio;
- l'iniziativa ha visto la partecipazione di diverse professionalità che hanno apportato i contributi tecnici necessari per la sua riuscita;
- sono state individuate, valorizzate, messe in rete e rese fruibili le risorse di territori sinora poco valorizzati e considerati;
- è stato creato un servizio turistico aggiuntivo e un'opportunità di sviluppo alle aziende del territorio;
- sono stati forniti nuovi servizi ricreativi anche per la popolazione;
- l'iniziativa ha inciso positivamente anche sul rapporto tra la popolazione e il territorio, ottenendo effetti di sensibilizzazione e consapevolezza per le risorse presenti;
- la fase finale del progetto ha previsto numerose attività promozionali di accompagnamento, che hanno avuto buoni riscontri.

I punti di debolezza evidenziati dall'analisi invece sono legati agli scarsi risultati ottenuti dall'animazione per quanto riguarda il coinvolgimento di soggetti nella gestione; vi sono quindi incertezze sia sulla sostenibilità, che sull'ottimale utilizzo delle potenzialità dell'iniziativa.

4. ANALISI DELLA BUONA PRATICA

Caratteri del LEADER	Declinazione dei caratteri
Approccio territoriale	· l'iniziativa è fortemente legata al territorio e alle sue caratteristiche pedologiche e paesaggistiche
Approccio dal basso	· l'idea progettuale nasce dalle esigenze specifiche espresse nel Piano Regolatore Generale del Comune di Todi
Partnership/Integrazione	· nelle varie fasi di progettazione e realizzazione, l'iniziativa ha visto il coinvolgimento di soggetti diversi: aziende, associazioni, enti e istituzioni locali e l'utilizzo di numerose professionalità
Innovazione	· per l'area è innovativa soprattutto l'idea di valorizzare centri diversi da quelli tradizionalmente vocati al turismo
Rete	· l'iniziativa ha identificato, classificato e inserito in una rete di sentieri le risorse dell'area

	Soluzioni istituzionali/sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Analisi del metodo seguito			
Qualità	Approccio partecipativo nella formulazione del progetto	Coinvolgimento di enti e figure professionali nelle diverse fasi, con l'individuazione dei supporti professionali necessari alla realizzazione dell'iniziativa	Progettazione della cartellonistica, delle mappe e del sito internet molto accurata Sviluppo di numerose attività di promozione dell'iniziativa
Innovazione	Valorizzazione di centri diversi da quelli tradizionalmente vocati al turismo		
Integrazione	Stretta integrazione del GAL e del Comune con gli attori dell'iniziativa	Messa in rete delle risorse dell'area	Ricerca di soluzioni gestionali integrate
Analisi dei risultati			
Misurabilità-efficacia	L'iniziativa ha suscitato consenso da parte degli operatori turistici e della popolazione	Agenzie di viaggio e aziende agrituristiche hanno inserito i circuiti nei pacchetti turistici offerti	In occasione degli eventi organizzati si è registrato un aumento dell'interesse per l'iniziariva
Sostenibilità		Non ancora individuate	Realizzato uno studio per massimizzare la sostenibilità e i benefici dell'iniziativa
Aree di cambiamento			Forniti elementi di attrattività e strumenti di sviluppo turistico ai centri minori tradizionalmente non vocati
Trasferibilità			
Analisi di contesto	Nel prossimo Leader verrà probabilmente applicato in altri comuni dalle caratteristiche analoghe (ad esempio Assisi)		
Contaminazione con altri strumenti di politica			
Utilizzo in altri settori			


CITTÀ DI TODI
PANTALLA
RIPAIOLI
CACCIANO
FRONTIGNANO
ILCI
LORETO
LORGNANO
MONTENOLINO
CECANIBBI
PETRORO
DUE SANTI
PONTE RIO
FICARETO
S. DAMIANO
PIAN DI S. MARTINO
MONTICELLO
CANONICA
PONTECUTI
TODI
QUADRO
CHIOANO
TORRECCCONA
CORDIGLIANO
CASEMASCE
PORCHIANO
ASPROLI
TORRELUCA
FIORE
VASCIANO
COLLEVALENZA
ROMAZZANO
IZZALINI
TORREGENTILE
ROSCETO
TORREBALDO
MONTENERO
CAMERATA
PESCIANO
1 ITINERARI NEI COLLI MARTANI
ROUTES WITHIN THE MARTANI HILLS
2 ITINERARI NELLA PIANURA DEL TEVERE
ROUTES WITHIN THE TIBER PLAIN
3 ITINERARI NELLE ALTE COLLINE DEL PEGLIA
ROUTES WITHIN THE HIGH HILLS OF MT. PEGLIA
4 ITINERARI NEI COLLI AMERINI
ROUTES WITHIN THE AMERINI HILLS
5 ITINERARI NELLA VALLE DEL NAIA
ROUTES WITHIN THE NAIA VALLEY
6 ITINERARI NEL COLLE DI TODI
ROUTES WITHIN TODI'S HILL
Circuiti del Paesaggio
Itinerari per entrare in contatto con la bellezza del paesaggio, i luoghi di interesse storico artistico, le produzioni tipiche locali e le attività ricettive. Il colore dei tracciati riportato in legenda individua le diverse modalità di percorrenza. I circuiti sono indicati da apposita segnaletica informativa installata lungo i percorsi.
Per informazioni più dettagliate è disponibile una guida con mappe presso i punti vendita specializzati.
"Through these routes the tourist can feel in touch with the beauty of the landscape and places having historical and artistic value, in addition to having the possibility of finding typical products and accommodation. The colours of the various tracks found in the legend indicate different ways of proceeding along the itineraries. Information signs indicate the circuit tracks along the routes. For further information one can buy a guide book including maps at the designated selling points.
I.A.T. tel. 075 8945416 - info@todi.circuitidelpaesaggio.it
www.todi.circuitidelpaesaggio.it
CENTRI STORICI
HISTORIC CENTRES
BORGHI RURALI E NUCLEI STORICI
RURAL VILLAGES
PUNTI INFORMATIVI / INIZIO CIRCUITI
INFO POINTS / STARTING POINTS
PUNTI PANORAMICI
PANORAMIC POINTS
CHIESE E LUOGHI DI CULTO
CHURCHES AND CULT PLACES
CONVENTI E COMPLESSI RELIGIOSI
CONVENTS AND RELIGIOUS COMPLEXES
MOLINI
MILLS
INFRASTRUTTURE STORICHE CIVILI E MILITARI
HISTORICAL, CIVIL AND MILITARY INFRASTRUCTURES
EDILIZIA RURALE E STORICA
HISTORICAL RURAL BUILDINGS
CANTINE
CELLARS
FRANTOI
OIL-MILLS
OSPITALITA'
ACCOMMODATIONS
BAR
BARS
RISTORANTI
RESTAURANTS
AREE VERDI ATTREZZATE
PICNIC AREAS
PARCO FLUVIALE DEL TEVERE
TIBER FLUVIAL PARK
P PARCHEGGI
PARKING LOTS

ASSE III

ORGANIZZAZIONE DI UN SISTEMA LOCALE DELL'ACCOGLIENZA: LA CARD TURISTICA

Regione – GAL	**Abruzzo – GAL Maiella Verde**
Settore	Turismo rurale
Costo	€ 44.214,32 (45%)
Data avvio lavori	Ottobre 2005

La Card turistica[1] del Sangro Aventino è un'iniziativa nata nel 2006 grazie ad uno studio di fattibilità realizzato nell'ambito del PSL LEADER+ dall'Associazione degli Enti Locali del Sangro-Aventino con il sperimentazione di un prototipo di Card turistica. Dalla valutazione dei risultati dell'iniziativa il partenariato locale ha ampliato il raggio d'azione (l'intero Sangro-Aventino fino alla costa) ed ha potenziato il "prototipo" sperimentato con LEADER rendendolo il principale strumento di organizzazione e fruizione turistica del territorio (la card è stata già ripetuta 4 volte dal 2007 al 2009) finanziato da risorse completamente extra-leader e prevalentemente locali.

La Sangro Aventino Card è una carta sconti, che offre il biglietto ridotto presso 20 mete di visita culturali e naturalistiche del territorio e sconti del 10% presso 137 esercizi convenzionati operanti nel settore della ristorazione e della produzione e commercializzazione di prodotti tipici. Attraverso una guida snella, distribuita in modo capillare sul territorio, il turista/visitatore è condotto alla scoperta del Sangro-Aventino, accompagnato da un sistema informativo, disponibile su carta e su web e, soprattutto, con il contatto umano nei punti informativi. Si tratta quindi di un'azione realizzata a livello comprensoriale (l'intero territorio del Sangro-Aventino comprende 46 comuni della provincia di Chieti), con approccio innovativo, per mettere in rete l'informazione, la comunicazione e, sostanzialmente, la fruizione turistica.

1. LA NASCITA DELL'INIZIATIVA

1.1 Il contesto di riferimento e le motivazioni

Il Sangro-Aventino, il territorio nella cui parte interna opera dal 1993 il GAL Maiella Verde, è un'area con 115.000 abitanti, di 1.153 kmq di superficie, che conta ben 46 comuni prevalentemente di piccole dimensioni.

All'interno del territorio possono essere individuate quattro sub aree che si distinguono per assetto geografico e caratterizzazione dell'offerta per il turismo ed il tempo libero:

- la Costa dei trabocchi con un paesaggio molto diverso dalla classica spiaggia adriatica, fatto di cale segnate dalla presenza dei trabocchi (antiche macchine da pesca);
- la cittadina di Lanciano caratterizzata dal pregevole centro storico di atmosfera medioevale e dai forti richiami di interesse religioso;
- la Valle del Sangro in cui le risorse ambientali e culturali si combinano con la vivacità del turismo d'affari indotto da un'importante area industriale in espansione;
- la Maiella Orientale caratterizzata nella parte collinare da borghi con la loro trama diffusa di siti di interesse storico artistico ed in quella montana da aree protette (parco nazionale) ad alta valenza naturalistica.

Le condizioni di partenza dell'area riguardo il settore turistico presentavano tutti i segni di un territorio non organizzato per funzionare come una destinazione:

- se da un lato intorno al patrimonio diffuso di emergenze storiche, artistiche, etnologiche e naturali si era sviluppata una trama di piccole infrastrutture ed iniziative di fruizione, dall'altro queste attività operavano in modo assolutamente scoordinato e, in molti casi, senza alcuna programmazione con un risultato generale di scarsa visibilità ed efficienza;

[1] Per la realizzazione del caso studio sono stati utilizzati diversi materiali come il documento programmatico "PIT Ambito di Lanciano", Relazione dettagliata sul progetto "Sviluppo di servizi e di buone prassi nel settore del turismo e dell'ospitalità del Sangro-Aventino", nonché diverse relazioni di progetto. L'autrice ringrazia Carlo Ricci per la preziosa collaborazione.

- l'offerta gastronomica del territorio pur possedendo un'interessante varietà di proposte "tipiche", sia per la ristorazione che per lo shopping, ed un ottimo livello qualità-prezzo era praticamente sconosciuta ai non "iniziati"
- la ricettività turistica tradizionale (intesa come alberghi e campeggi) era particolarmente debole rappresentata da poche strutture localizzate in alcuni luoghi consolidati, mentre si poteva rilevare una presenza di tipologie ricettive meno convenzionali in crescita (ad esempio un'importante presenza di imprese agrituristiche che costituisce un "caso" a livello regionale);
- la domanda era fortemente stagionalizzata e costituita in larga parte da oriundi e proprietari di seconde case.

Nel periodo 2000-2006 il Progetto Integrato Territoriale è stato avviato dalla Regione molto prima di LEADER +, già dal 2001. Attraverso un'intensa attività partenariale cui ha partecipato anche il GAL Maiella Verde, si è deciso che il PIT sarebbe stato orientato alla valorizzazione turistica del patrimonio culturale e naturale della parte interna del comprensorio, perseguendo una strategia basata sull'idea guida (divenuta l'obiettivo generale del PIT): "riuscire a organizzare le risorse locali di identità, cultura, ambiente ed attività economiche, come un sistema integrato capace di attrarre maggiori flussi di visitatori e, quindi, di determinare un incremento dei consumi legati alla fruizione ed alla visita del territorio"

Poiché, in base alle Azioni co-finanziate dal DocUP Ob.2 e destinate alla progettazione integrata, il PIT poteva intervenire solo con investimenti materiali sulla dotazione delle infrastrutture private e pubbliche, per dare sostegno agli interventi di tipo immateriale, finalizzati al miglioramento dei servizi di fruizione ed alla realizzazione di iniziative di comunicazione, sono stati stipulati accordi aggiuntivi fra i membri del partenariato che, sostanzialmente, prendevano l'impegno ad utilizzare a tale scopo le risorse che si sarebbero rese disponibili negli anni seguenti.

Quando nel 2004, mentre la maggior parte delle operazioni del PIT erano in fase di realizzazione, è stato attivato il il Leader + e, utilizzando la diagnosi strategica preparata in fase di progettazione del PIT, gran parte della misura 1.3 del PSL Maiella Verde è stata dedicata ad interventi immateriali di valorizzazione del patrimonio culturale e naturale.

In tale ambito è stato finanziato lo "Studio di fattibilità per la creazione di una rete unitaria di gestione dei beni culturali ed ambientali del territorio del Sangro Aventino".

1.2 Gli obiettivi dell'iniziativa

Sulla base delle condizioni di partenza, l'iniziativa è nata per fronteggiare le principali problematiche che assumono rilevanza strategica per l'intero comprensorio:

- il raggiungimento di livelli ottimali di fruibilità e la conseguente piena utilizzazione del potenziale del patrimonio culturale e naturale per lo sviluppo del turismo sostenibile;
- l'individuazione di sistemi di gestione idonei a soddisfare sia le esigenze di pieno utilizzo del potenziale turistico e sia quelle di sostenibilità economica.

Per questi motivi, la strategia elaborata dal GAL e dal PIT poggia su quattro elementi:

- l'adeguamento dell'offerta dei servizi per turisti e visitatori attraverso azioni di miglioramento della qualità, allargamento della gamma e coordinamento in un'ottica di sistema;
- la valorizzazione delle principali mete di visita e la loro organizzazione all'interno di percorsi integrati collegati a servizi alla mobilità turistica ai fini di migliorare la fruibilità del sistema territoriale;
- l'attivazione di funzioni di comunicazione concepite e gestite con un approccio di "sistema turistico locale" per indurre negli utenti la percezione del territorio come destinazione unica ed organizzata, dargli adeguata visibilità e guidare turisti e visitatori ad una fruizione ottimale;

- il miglioramento del contesto con particolare riferimento alla gestione delle risorse ambientali, alle piccole e medie imprese di produzione e alle attività commerciali.

1.3 I soggetti coinvolti

Nel Sangro Aventino, dall'inizio degli anni '90 si è avviata una tradizione di iniziative partenariali di sviluppo locale (di cui sono stati apripista il LEADER ed il Patto territoriale) che nel tempo ha determinato la creazione di nuovi soggetti espressione della governance:

- Il GAL Maiella Verde. Costituito da Amministrazioni pubbliche ed organismi collettivi e piccole imprese, ha lo scopo di promuovere lo sviluppo rurale nelle aree interne.
- Il Patto Sangro-Aventino Costituito da Amministrazioni pubbliche ed organismi che rappresentano i privati, ha lo scopo di promuovere iniziative per il miglioramento del contesto locale.
- L'Associazione degli Enti Locali, di cui fanno parte tutti i Comuni e le Comunità Montane dell'area, ha lo scopo di promuovere l'esercizio associato di funzioni e servizi comunali (il primo servizio attivato è stato lo Sportello Unico).
- La società di Sviluppo Turistico, costituita da Amministrazioni pubbliche ed organismi che rappresentano i privati, ha lo scopo di promuovere lo sviluppo dei servizi per il turismo e tempo libero.

L'iniziativa è stata realizzata grazie alla collaborazione tra i diversi soggetti che si occupano di turismo a livello locale: il GAL, l'Agenzia di Sviluppo del Patto Territoriale del Sangro Aventino, la Provincia di Chieti, la Società Consortile Sviluppo Turistico Sangro-Aventino a r.l. e Abruzzo Promozione Turismo (APT).

Nella sua messa a punto il progetto ha visto l'adesione di 137 esercizi locali (edizione 2008).

2. DALL'IDEAZIONE ALL'ATTUAZIONE

Con il LEADER+ è stato attivato lo studio di fattibilità per la costruzione di una rete unitaria di gestione dei beni culturali e naturalistici. La prima fase di lavoro si è articolata su tre livelli:

1. Integrazione delle politiche e della gestione, mediante la messa a punto di un osservatorio e lo sviluppo delle funzioni che potevano essere condivise;
2. Miglioramento dell'offerta. Sono stati richiesti i necessari adeguamenti a standard di servizio e l'elaborazione di una Carta dei servizi. Hanno accompagnato questo processo iniziative di informazione e formazione;
3. Promozione, comunicazione, informazione. Le attività hanno permesso la razionalizzazione dei punti informativi; la realizzazione del Sito Internet e del Sistema Iinformativo Territoriale; la progettazione della segnaletica; la predisposizione dei supporti di promozione unitari (sviluppo Sangro Aventino Card) e l'organizzazione di un cartellone unico degli eventi.

L'organizzazione del sistema turistico ha coinvolto:

- gli enti gestori di siti;
- gli operatori economici della ricettività della ristorazione e dei prodotti tipici;
- i centri di informazione turistica.

Riguardo al primo punto, è stata effettuata una ricognizione dei principali attrattori di tipo ambientale e culturale organizzati per la fruizione turistica. Tale analisi ha riguardato diverse tipologie di siti quali, ad esempio, le riserve e i parchi, i castelli, i musei e i piccoli borghi, prendendo in considerazione le principali caratteristiche:

- le attività svolte con riferimento specifico alla tutela e alla conservazione del sito e, quindi, tutte quelle attività messe in campo dagli enti gestori per custodire, mantenere e salvaguardare i beni ed il sito nel suo complesso;
- le attività riguardanti la valorizzazione del sito e la strutturazione delle modalità di apertura del sito. Particolare riferimento viene dato all'organizzazione di visite guidate o altre specifiche attività che forniscono un valore aggiunto al turista per la fruizione del sito;
- l'organizzazione di attività didattiche o formative rivolte a scuole o a gruppi d'interesse e di corsi di aggiornamento rivolti a professionisti operanti in settori specialistici (quali quello ambientale e turistico);
- l'organizzazione di eventi all'interno dei siti o in collaborazione con altri siti. Si fa riferimento, in particolare, all'organizzazione di eventi quali mostre, spettacoli teatrali e musicali e convegni e seminari di settore.
- le attività riguardanti la promozione del sito. In questo senso, vengono prese in esame tutte le attività di comunicazione che consistono nella predisposizione e diffusione di brochure, volantini e cartelloni pubblicitari; la diffusione delle informazioni tramite mailing list telematiche, la pubblicazione e la segnalazione degli eventi tramite internet e la costituzione di siti dedicati; i contatti con i mezzi di comunicazione televisi e radiofonici ed, infine, la messa in rete con altri enti e strutture regionali di promozione turistica.
- la predisposizione di servizi aggiuntivi di fruizione del sito.

Questo lavoro, completato con una interlocuzione con i soggetti detentori e gestori dei siti, ha permesso di selezionare 20 mete di visita culturali e naturalistiche del Sangro-Aventino. Questi siti nel loro insieme costituiscono un campione rappresentativo della variegata ricchezza del patrimonio naturale e culturale del territorio del Sangro Aventino. La loro selezione ha anche permesso di restituire una fotografia culturale e paesaggistica del Sangro Aventino cogliendone le peculiarità e gli aspetti caratterizzanti.

Il LEADER+ ha consentito l'avvio dell'iniziativa in modo pilota con la stagione estiva nel 2006. Sulla base dei risultati raggiunti è stata impostata la nuova fase, che ha trovato sostegno finanziario in parte grazie alla contribuzione degli Enti Locali ed in parte con il co-finanziamento di programmi regionali e nazionali.

Dall'ottobre 2006, infatti, sono iniziati i lavori relativi alla progettazione della Sangro Aventino Card, edizione 2007. Nell'ambito di questa attività, sono stati formalizzati tre gruppi di lavoro (uno per i gestori dei siti, uno per gli operatori economici della ricettività della ristorazione e dei prodotti tipici, ed uno per i centri di informazione turistica) con la finalità di presentare l'analisi effettuata, condividere l'impostazione del modello di funzionamento del sistema card e stabilire gli impegni da sottoscrivere e la modalità di partecipazione all'iniziativa delle diverse tipologie di operatori. Sulla base dell'esperienza test effettuata nel 2006 e degli input ricevuti negli incontri con gli operatori è stato quindi predisposto il disegno dei processi organizzativi e gestionali che regolano le relazioni nell'ambito della rete tra i gestori di emergenze culturali e naturalistiche, i punti di informazione turistica e gli operatori economici del territorio.

ORGANIZZAZIONE DI UN SISTEMA LOCALE DELL'ACCOGLIENZA: LA CARD TURISTICA

In questa fase è stato elaborato il piano operativo di sviluppo per definire gli strumenti operativi per rendere i singoli siti da inserire nel circuito CARD un "sistema" più competitivo verso l'esterno e per migliorarne l'efficienza interna .

L'iniziativa è rivolta sia ai turisti che temporaneamente risiedono nel territorio del Sangro-Aventino, sia a coloro che residenti o meno, vogliono recarsi per un giorno alla scoperta di una terra ricca di storia, cultura e natura. La Sangro Aventino Card è una carta sconti, che offre il biglietto ridotto presso 20 mete di visita culturali e naturalistiche del territorio e sconti del 10% presso una serie di esercizi convenzionati:

- Le 20 mete di visita culturali e naturalistiche che hanno aderito al circuito e offrono biglietti ridotti o visite guidate con tariffa ridotta ai loro ospiti sono quelle menzionate nella sezione A.
- Gli esercizi convenzionati che garantiscono lo sconto del 10% presso le loro strutture operano nei settori della ristorazione, e della produzione e vendita di prodotti tipici.
- Le imprese ricettive svolgono il ruolo di "distributori privilegiati" regalando la card ai propri ospiti.

Inoltre la Card può essere regalata dopo l'ingresso in uno dei siti che hanno aderito al circuito o dopo un acquisto presso uno degli esercizi convenzionati.

Nel depliant che viene distribuito unitamente alla card e nei punti d'informazione turistica del territorio, è possibile reperire informazioni sui giorni, sugli orari e modalità di visita, dei musei, delle aree naturalistiche e delle aree archeologiche che hanno aderito al circuito.

Nella tabella seguente vengono riassunti impegni e oneri delle diverse tipologie di operatori che partecipano al sistema "Card".

Tipologia di operatore	Impegni	Benefici
Gestori di siti di interesse naturale e/o culturale	Condizioni minime relative a: 1) periodo d'apertura ed orari 2) biglietteria 3) servizio visite guidate 4) servizi igienici 5) pulizia e manutenzione dei locali 6) servizio informazioni 7) materiale informativo 8) referente unico Effettuazione della tariffa a biglietto ridotto ai possessori di Card.	Il sito viene pubblicizzato nell'ambito della campagna di comunicazione (in sostanza viene descritto con una pagina nella "brochure guida").
Aziende che operano nel settore della produzione e vendita di prodotti tipici	Impegno relativo a: 1) a distribuzione e divulgazione ai propri clienti della "Sangro Aventino Card"; 2) affissione nel proprio p. di v. del materiale promozionale; 3) sconto sul 1 acquisto di prodotti pari al 10% ai possessori della "Sangro Aventino Card"; 4) registrazioni relative a distribuzione e transazioni effettuate; 5) chiara indicazione delle eventuali limitazioni alla scontistica; 6) affissione di listino prezzi contenente i riferimenti dei produttori, qualora i prodotti in vendita non sono trasformati dallo stesso venditore; 7) erogazione di eventuali servizi opzionali (impegno volontario);	L'azienda viene promossa nell'ambito della campagna di comunicazione (in sostanza viene descritta nella "brochure guida").
Aziende che operano nel settore della ristorazione	Impegno relativo a: 1) a distribuzione e divulgazione ai propri clienti della "Sangro Aventino Card"; 2) affissione nel proprio p. di v. del materiale promozionale; 3) sconto sui pasti pari al 10% ai possessori della "Sangro Aventino Card"; 4) registrazioni relative a distribuzione e transazioni effettuate; 5) chiara indicazione delle eventuali limitazioni alla scontistica; 6) esposizione del menù e dei relativi prezzi all'esterno del locale o nei porta menù da lasciare sui tavoli; 7) erogazione di eventuali servizi opzionali (impegno volontario);	L'azienda viene promossa nell'ambito della campagna di comunicazione (in sostanza viene descritta nella "brochure guida").
Aziende della ricettività	Impegno relativo a: 1) a distribuzione e divulgazione ai propri clienti della "Sangro Aventino Card"; 2) affissione nel proprio p. di v. del materiale promozionale; 4) registrazioni relative a distribuzione;	L'azienda ricettiva è messa in condizione di fare un omaggio ai propri ospiti con una valenza sia come strumento di informazione che come carta sconti.
Centri di informazione turistica	Impegno relativo a: 1) dare degno risalto all'iniziativa Sangro Aventino Card, affiggendo e rendendo visibile all'interno del proprio punto di informazione il materiale promozionale; 2) a consegnare il voucher relativo agli utenti dei punti di informazione turistica; 3) a sottoscrivere la "Carta dei Servizi" della rete dei punti di informazione turistica del Sangro Aventino.	Il centro completa la gamma di servizi offerti al livello locale con un prodotto informativo qualificato e "di comprensorio"
Amministrazioni Locali (Comuni e Provincia)	Sostengono l'iniziativa con supporto organizzativo e finanziario (co-finanziamento)	Promuovono la rete di offerta naturale e culturale e l'attività delle imprese aderenti
Sviluppo Turistico Sangro-Aventino	Segue la progettazione e la gestione del sistema e fornisce un call center informativo	Svolge la propria missione di organizzazione e gestione del sistema territoriale di informazione per il turismo ed il tempo libero.

Sulla base degli standard concordati, sono stati definiti, quali strumenti operativi da utilizzare per l'organizzazione delle diverse tipologie di servizio, un modello di lettera di adesione al sistema Card ed un modello di Manuale per il gestore della Sangro-Aventino Card. Ciascuno di questi due strumenti è stato predisposto in una versione "personalizzata" per ciascuna delle seguenti categorie di operatori

- Gestori di siti di interesse naturale e/o culturale
- Aziende che operano nel settore della produzione e vendita di prodotti tipici
- Aziende che operano nel settore della ristorazione
- Centri di informazione turistica

Attraverso un attento lavoro di ricerca sono stati individuati e contattati oltre 600 operatori dei servizi turistici (ricettività, ristorazione e vendita di prodotti tipici). Questa comunicazione capillare ha consentito di raccogliere più di 100 adesioni di operatori privati.

Il piano di comunicazione della rete di offerta culturale ed ambientale del Sangro-Aventino è stato ideato per raggiungere il numero più alto possibile di visitatori e turisti presenti nell'area attraverso due veicoli principali:

- Un'immagine coordinata basata sulla "margherita a 5 petali", ovvero il nuovo logo destinato a rappresentare l'offerta organizzata di comprensorio (vedi materiale consegnato in allegato)
- Il sito Web (http://turismo.sangroaventino.it)
- Un set di strumenti cartacei distribuiti a tappeto in tutto il territorio

La comunicazione dell'offerta culturale ed ambientale del Sangro-Aventino messa in rete attraverso il sistema progettato (Sangro-Aventino card) ha richiesto l'inserimento di diverse sezioni originali nel sito Web ed in particolare:

- Realizzazione di pagine dedicate all'offerta culturale e naturale promossa tramite la Sangro-Aventino card.
- Revisione del sistema di ricerca dell'offerta di servizi privati per il turismo e il tempo libero (revisione di tutte le schede descrittive delle imprese).

3. I RISULTATI DELL'INIZIATIVA

Senza dubbio il primo importante risultato ottenuto con questa iniziativa, è che il territorio si presenta in modo unitario e che una serie di mete di visita dello stesso si sono impegnate ad adottare degli standard qualitativi minimi, quali programmare un periodo di visita da metà giugno a metà settembre, un orario minimo di visita, rendere noto un numero di telefono per la richiesta di informazioni.

Nel depliant che è stato distribuito unitamente alla card e nei punti d'informazione turistica del territorio, sono state fornite informazioni sui giorni, sugli orari e modalità di visita, dei musei, delle aree naturalistiche e delle aree archeologiche che hanno aderito al circuito.

Di seguito sono riportati i principali risultati quantitativi riscontrati negli anni 2007 e 2008 di sperimentazione della card.

	2007	2008	Variazione
N. esercizi convenzionati	119	137	+15%
N. card distribuite	7.838	9.971	+27%
N. card esibite	1.754	2.839	+62%

Facendo riferimento alla tipologia di materiale promozionale realizzato per la realizzazione dell'iniziativa, sono stati stampati i seguenti supporti:

- n. 40.000 depliant promozionali;
- n. 20.000 Sangro Aventino card;
- n. 300 locandine promozionali;
- n. 300 locandine segnaletiche;
- n. 300 vetrofanie;
- n. 300 espositori.

L'esperienza della Sangro Aventino Card, di cui sopra sono stati presentati gli aspetti quantitativi, nei suoi tre anni di vita ha permesso il raggiungimento di una serie di fattori positivi per la qualità del sistema locale dell'accoglienza:

- le più importanti mete di visita del territorio si sono impegnate a rispettare una serie di parametri minimi di qualità (dichiarare giorni e ora d'apertura, numero di telefono per la richiesta di informazioni, disponibilità a effettuare visite guidate, ecc.);
- nel sistema della card a fronte dell'ottenimento di un beneficio (azione promozionale), corrisponde un impegno sottoscritto, che pone tutti sullo stesso piano;
- la card rappresenta la prima esperienza di costruzione di un paniere territoriale dell'offerta turistica;
- un numero elevato di operatori privati del territorio hanno partecipato alla diffusione dello strumento e hanno dato valore allo stesso concedendo degli sconti;

Vanno segnalate anche alcune problematiche su cui intervenire per migliorare l'efficacia dell'azione:

- un maggiore coinvolgimento da parte di alcune categorie di aderenti alla card quali gli albergatori o di servizi turistici per il tempo libero;
- necessità di estendere il periodo di validità degli sconti;
- una più attenta funzionalità di alcuni strumenti elaborati per il depliant (mappa stradale, font).

Partendo dalle problematiche rilevate, nella prossima edizione della card, dovranno essere introdotti elementi di miglioramento capaci di agire positivamente sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo.

Una delle principali direttrici di sviluppo, potrà essere il miglioramento della comunicazione e del coinvolgimento di alcune categorie di operatori privati indispensabili per il corretto funzionamento dell'iniziativa. Tra questi, gli operatori delle strutture ricettive rappresentano sicuramente gli interlocutori privilegiati in quanto presso di essi alloggia e quindi trascorre gran parte del tempo, una grande quantità di turisti potenziali utilizzatori della card.

D'altro canto occorrerà cercare di rafforzare il valore intrinseco dello strumento coinvolgendo gli operatori di una categoria fino ad ora non presa in considerazione quale quella dei servizi turistici e per il tempo libero, quali a titolo esemplificativo, noleggio natanti, strutture ricreative, parchi, piscine, maneggi ecc..

4. ANALISI DELLA BUONA PRATICA

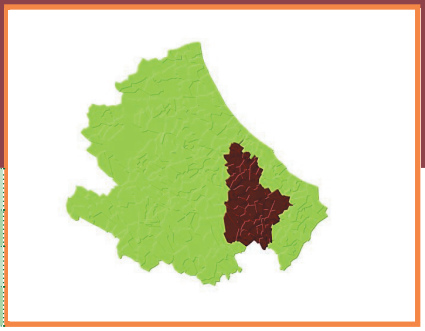
L'iniziativa presentata costituisce senza dubbio un buon esempio sia per le modalità con le quali è stata condotta sia per i risultati ottenuti. In primo luogo, rispecchia tutti i caratteri del LEADER come mostra la tabella seguente.

Caratteri del LEADER	Declinazione dei caratteri
Approccio territoriale	· Utilizzo delle potenzialità turistiche dell'area e mantenimento delle vocazioni locali
Approccio dal basso	· Coinvolgimento dei gestori di siti, condivisione del metodo e sottoscrizione di impegni, autovalutazione partecipata
Partnership	· Partenariato ampio, che coinvolge i principali soggetti che si interessano di turismo a livello locale
Innovazione	· Iniziativa pilota
Integrazione	· Messa a sistema delle risorse ambientali e culturali dell'area con esercizi commerciali e produttori enogastronomici
Rete	· Costruzione della rete e dell'organizzazione locale

Secondariamente, le soluzioni adottate appaiono di estremo rilievo sia per gli effetti sul sistema organizzativo locale sia sugli stessi risultati ottenuti.

	Soluzioni istituzionali/sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Analisi del metodo seguito			
Qualità	Condivisione di obiettivi e modalità organizzative con tutti i soggetti coinvolti	Riconoscibilità delle differenze all'interno dell'area	Ricognizione puntuale delle risorse immobile dell'area. Miglioramenti progressivi del sistema organizzativo sulla base delle esperienze
Innovazione	Standardizzazione di alcuni parametri	Introduzione di impegni concreti per tutti gli aderenti	Prima esperienza sul territorio
Integrazione	Cooperazione fra diversi strumenti di programmazione	Cooperazione fra attori diversi	Turismo-ambiente-produzioni tipiche locali
Analisi dei risultati			
Misurabilità-efficacia			Accurato sistema di monitoraggio delle adesioni
Sostenibilità			Da verificare gli effetti positivi generati dalla card
Aree di cambiamento		Dialogo tra soggetti tradizionalmente divisi	
Trasferibilità			
Analisi di contesto		Replicabile in altri contesti	Replicabile in altri contesti
Contaminazione con altri strumenti di politica			L'iniziativa sperimentata con il LEADER+ è stata rafforzata da finanziamenti locali
Utilizzo in altri settori			

LA GALLERIA DEL GUSTO



Regione – GAL	**Abruzzo – GAL Maiella Verde**
Settore	Valorizzazione produzioni tipiche locali
Costo	Contributo totale € 525.000; SP € 393.730
Data avvio lavori	Novembre 2006

La Galleria del Gusto[1] è una strategia per rendere più attrattivo il territorio attraverso l'offerta di enogastronomia e artigianato. Gli obiettivi del lavoro sono ambiziosi nelle sue implicazioni: rinnovare la governance nel settore della promozione della tipicità locale, creare un'alleanza tra produttori, consumatori e Istituzioni pubbliche, e, di conseguenza, organizzare il territorio.

1. LA NASCITA DELL'INIZIATIVA

1.1 Il contesto di riferimento e le motivazioni

L'area del GAL Maiella Verde abbraccia 55 comuni della provincia di Chieti per un totale di 1290,8 kmq, dove risiedono 97.287 abitanti (dati Istat 2001) con una densità abitativa media di 75 abitanti per kmq. L'area LEADER+ è stata delimitata tenendo in considerazione il territorio disegnato dal perimetro delle 4 Comunità Montane Aventino Medio Sangro, Maielletta, Medio Sangro, Valsangro e la "cintura" di comuni collinari che le circondano.

La zona montana e quella collinare interna sono interessate dalla presenza del Parco Nazionale della Maiella e da molte altre oasi ed aree protette che nel complesso assicurano la salvaguardia ambientale del 17,2% del territorio.

Il GAL Maiella Verde può essere definito un GAL "storico", in quanto ha fatto proprio l'approccio LEADER sin dalla sua prima edizione..

Dal 1995 la strategia del GAL si è diretta a incidere sulle potenzialità di sviluppo delle produzioni agro-alimentari, con i seguenti risultati:

Obiettivi	Risultati
sostegno agli investimenti aziendali per laboratori di trasformazione, negozi di fattoria e piccoli ristori	Realizzazione di 63 piccoli interventi per l'adeguamento di laboratori di trasformazione aziendale, negozi di fattoria e piccoli esercizi di ristoro (circa 1,3 meuro)
sostegno ad investimenti collettivi di sviluppo commerciale	
supporto tecnico alle aziende per l'adeguamento ai nuovi standard di gestione dell'igiene (haccp);	circa 90 piccole aziende hanno avviato il proprio sistema aziendale di gestione dell'igiene (in conformità alle norme sull'HACCP)
piccole sperimentazioni di tecnologie innovative	più di 150 operatori locali parteciparono a 15 diverse tipologie di azioni di aggiornamento tecnico
corsi brevi di tipo specialistico per l'aggiornamento tecnico di produttori ed imprenditori agrituristici	
azioni di ricerca e caratterizzazione sulle produzioni e sulla cucina tradizionali	in generale e per la prima volta, l'identità gastronomica del comprensorio venne rappresentata al suo interno e presentata all'esterno attraverso una serie di pubblicazioni ed iniziative
azioni di promozione dell'offerta gastronomica del territorio	

Il LEADER I e il LEADER II hanno consentito al GAL di entrare in contatto con i produttori e cominciare a condividere con loro un processo di valorizzazione unitario e coeso. Nel corso del tempo, gli interessi del GAL si sono evoluti: poco alla volta si è prestata sempre più attenzione alle produzioni di piccole dimensioni, che tuttavia permangono e connotano l'area in modo distintivo.

[1] Il caso studio è stato redatto da Alessandra Pesce. Per la sua realizzazione sono stati intervistati Sandra Di Loreto (Responsabile tecnico GAL Maiella Verde), Manola Cascante, Bruno Scaglione, Luigia Anna Di Sciullo, Carlo Ricci (consulenti GAL Maiella Verde), Massimo Tiberini (Assessore CM Aventino Mediosangro), Silvano Scioli (Azienda agricola zootecnica), nell'agosto 2007. Le informazioni sono state aggiornate a Maggio 2009. Il caso studio ha tratto diverse parti dalle relazioni elaborate dal GAL Maiella Verde di impostazione, monitoraggio e diffusione dei risultati dell'iniziativa. In particolare, l'autrice ringrazia Carlo Ricci per la preziosa collaborazione.

Con il LEADER+ l'obiettivo si è diretto alla creazione di legami tra la produzione e il turismo, con un processo di rafforzamento delle connessioni tra i due settori.

Il progetto "Gallerie del Gusto", nasce, da un lato, sulla scorta delle esperienze precedenti e, dall'altro dalla revisione del contesto di applicazione del LEADER, scelto dalla Regione Abruzzo. Nel Programma Leader Regionale, infatti, i GAL sono stati "costretti" ad affrontare il tema delle produzioni tipiche locali tenendo fermi due principi:

i) le strategie operative per il sostegno agli investimenti aziendali dovevano essere definite sulla base di analisi locali, da mettere a punto con il coinvolgimento diretto degli operatori sotto forma di "Progetti di Filiera" o "Progetti di Sistema Produttivo Locale";

ii) promuovere iniziative che permettessero la nascita e il consolidamento dei legami tra produzioni tipiche e turismo, utilizzando tutte le risorse territoriali, anche quelle paesaggistiche e culturali.

Sulla base di tali indicazioni, il GAL ha avviato il proprio piano, utilizzano un approccio partecipato nella definizione della strategia. E' stato così impostato e realizzato il progetto "Galleria del Gusto", che di fondo consiste nella creazione di una rete organizzata di attori locali, che mediante un accordo di progetto, stabilisce e gestisce il piano di promozione delle produzioni tipiche locali.

1.2 Gli obiettivi dell'iniziativa

L'obiettivo generale della "galleria del Gusto" è promuovere l'affermazione di un immagine del territorio fortemente legata alla sua identità gastronomica e artigianale di tradizione ed eccellenza attraverso il miglioramento della visibilità e lo sviluppo delle produzioni locali apportatrici di valore aggiunto e il rafforzamento della visibilità dei produttori che lavorano con professionalità.

Per raggiungere questo obiettivo sono stati individuati 3 obiettivi specifici:

1) Promuovere la difesa e lo sviluppo del patrimonio locale di gastronomia e artigianato. La scelta operata da GAL è stata "dimenticare" marchi e disciplinari, privilegiando azioni meno ambiziose, ma concrete che incoraggino i comportamenti virtuosi e la crescita:

a. stimolare un'intensa collaborazione con i gruppi di consumatori e le istituzioni pubbliche che intendono mobilitarsi per promuovere e realizzare azioni di ricognizione, caratterizzazione e documentazione ed iniziative di qualificazione e protezione;

b. attivare un sistema di "accreditamento" che individui uno standard di base e riconosca appunto i "crediti" dei produttori più virtuosi.

2) Migliorare la conoscenza dei prodotti che costituiscono l'identità gastronomica e artigianale del territorio. È necessario promuovere la cultura e la conoscenza dei prodotti e rendere l'offerta gastronomica e artigianale più visibile (ad esempio garantendone la presenza costante nelle azioni di comunicazione e promozione del territorio)

3) Rendere l'offerta più fruibile. Lo scopo è fornire un'informazione qualificata sulle aziende, e sui prodotti ed i servizi che offrono, per permettere alle persone interessate di conoscere, sperimentare, valutare, reperire e acquistare. Inoltre per migliorare la fruibilità bisogna costruire sistemi che facilitino la logistica e la localizzazione geografica delle imprese.

La missione della Galleria è quindi attivare un organizzazione locale che persegua queste finalità.

1.3 I soggetti coinvolti

Il partenariato del GAL Maiella Verde è composto da 88 soci, per la maggioranza soggetti privati, che detengono l'86% del capitale sociale, che comprendono per la parte pubblica le quattro Comunità Montane e la Provincia di Chieti.

Il promotore de progetto "Galleria del Gusto" è stato il GAL. Nelle fasi successive, visto il successo dell'iniziativa, la provincia di Chieti ha sostenuto il progetto, anche con un apporto finanziario (di circa 120.000 Euro). Tale interessamento è stato giudicato molto positivamente dal GAL, in quanto è stata la prima volta che la Provincia è direttamente intervenuta a sostegno delle iniziative del LEADER.

La Galleria del Gusto ha coinvolto ben 96 aderenti, tra soggetti pubblici e privati. Il coinvolgimento degli attori locali è stato assicurato da un'intesa attività di animazione che ha caratterizzato il progetto sin dal suo avvio.

Inoltre, da non sottovalutare sono i contatti e le relazioni che sono venute a creare con soggetti esterni, come: la Regione Abruzzo e l'ARSSA, Slow Food Abruzzo, una quantità di comuni di varie dimensioni, il Patto Sangro-Aventino, l'Associazione regionale Sommelier, l'Associazione Regionale Allevatori, la Facoltà di Agraria dell'Università di Teramo, il GEM Gruppo Escursionisti Maiella, l'Ass. Cult. Teate Nostra, VPT (consorzio di operatori turistici).

2. DALL'IDEAZIONE ALL'ATTUAZIONE

Nell'autunno 2005 sono stati promossi, in collaborazione con le Organizzazioni Professionali associate al GAL, 13 studi relativi alle principali filiere agro-alimentari e artigianali ed ai sistemi produttivi del territorio. Da questi studi è emersa la presenza di offerta ricca e diversificata come dimostrano i numeri seguenti.

Tipologia di aziende	Numero
Di fattoria (food)	124
D'artigianato	175
Food	64
Non food	111
Totali	299
Comuni interessati	45

Nel corso del lavoro di preparazione degli studi si sono tenute diverse decine di riunioni che hanno coinvolto direttamente quasi 200 persone e sono state realizzate alcune centinaia di interviste.

Dalla maggior parte di queste esperienze, al di là delle problematiche specifiche relative ad ogni singolo settore, sono emerse con forza 2 questioni di carattere generale:

a. Un senso di smarrimento rispetto alle prospettive future, soprattutto da parte dei produttori agricoli che si sono trovati, negli ultimi anni, a fronteggiare una crisi di dimensioni mai sperimentate prima.

b. Una rinnovata convinzione della necessità di collegare e valorizzare le singole produzioni nell'ambito di un'offerta di territorio, ovvero di fruizione del territorio nel turismo e nel tempo libero.

Nasce così l'idea di organizzare la Galleria del Gusto, un soggetto della governance locale, costituito da attori pubblici e privati per essere un anello di congiunzione tra le differenti attività di valorizzazione e farle diventare un vero e proprio sistema territoriale per l'organizzazione e l'offerta delle risorse locali di gastronomia e artigianato.

Il piano di lavoro per la costruzione della Galleria si articola su diversi livelli:

A. un sistema di accreditamento, che interessa le aziende, gli itinerari e le guide;

B. un piano di comunicazione;

C. un piano di animazione;

D. la costituzione di un organismo di gestione.

Per quanto riguarda il sistema di accreditamento delle aziende è stato elaborato un sistema di procedure e modalità di valutazione e controllo per regolamentare il mantenimento degli standard di qualità di prodotti e servizi. Questo sistema, che ha lo scopo di verificare la conformità dei prodotti e dei processi produttivi utilizzati, è stato progettato al livello di prototipo e poi testato su circa 90 piccole imprese (nel maggio 2006 è stata avviata la raccolta di domande di adesione da parte delle aziende).

Gli itinerari del gusto, invece, sono stati elaborati grazie alla messa a sistema delle competenze degli Enti Locali e delle Associazioni. Essi coinvolgono i Comuni, nell'ambito delle loro manifestazioni istituzionalizzate, le società di servizio che si occupano delle visite guidate e le strutture ricettive e ristorative, con il compito della fornitura di beni e servizi.

L'"Itinerario nei gusti" si configura dunque come un format di "educainment" (dal connubio tra formazione e intrattenimento/divertimento), ovvero una tecnica di apprendimento che si serve di giochi, simulazioni, rappresentazioni e, in questo caso, esperienze sensoriali, per facilitare nei partecipanti l'acquisizione di nuove conoscenze e la loro introiezione nel bagaglio del proprio vissuto. Esso è quindi uno strumento appositamente concepito per comunicare con l'approccio giusto i principali valori della Galleria del Gusto:

- la grande ricchezza di diversità biologica e culturale del territorio;
- la bontà dal punto di vista etico della missione che essa persegue (comunicata dalla figura della guida);
- l'opportunità concreta di fare esperienze di scoperta gastronomica, turistica ecc..

Questo format ha quindi rappresentato un elemento determinante per dare avvio al progetto coinvolgendo un'amplia platea di attori e trasmettendo in modo efficace sua l'identità.

Che cos'è un "Itinerario nei gusti"

L'"Itinerario nei gusti" è una degustazione guidata per gruppi di 25-30 persone della durata di circa 45-50 minuti che si svolge nel modo seguente:

- gli itinerari si tengono ad orari prestabiliti (normalmente uno ogni ora) e, per partecipare, la prenotazione è obbligatoria;
- i partecipanti vengono fatti accomodare in uno spazio (normalmente una stanza o un gazebo chiuso) dove possono sedersi e disporre di una superficie ove appoggiare il vassoio che gli viene fornito (a seconda dei casi ci si può trovare in situazioni più o meno confortevoli);
- attraverso una sequenza prestabilita di portate, una "Guida del gusto" li conduce alla scoperta di un di un determinato territorio, facendogli assaggiare un assortimento di prodotti e, con l'aiuto di un proiettore, mostrandogli immagini caratteristiche dei paesaggi da cui essi provengono alternando, nella spiegazione, argomenti specificamente gastronomici con note relative al paesaggio, al territorio ed alla sua identità culturale;
- alla fine della sessione, i partecipanti sono invitati a dare una rapida valutazione dell'esperienza lasciando, se vogliono, un commento (il retro del tagliando di prenotazione funge allo scopo), e ricevono una brochure con la descrizione dei prodotti assaggiati ed i recapiti dei produttori.

Gli Itinerari si possono svolgere in diversi tipi di situazioni, ma la sede elettiva sono gli eventi per il pubblico nell'ambito dei quali, con frequenza oraria, si possono ripetere, nell'arco di un'intera giornata, fino ad 8 rappresentazioni coinvolgendo più di 200 persone. Nella maggior parte dei casi, come nelle manifestazioni serali, si fanno 4 ripetizioni con circa 100 contatti totali.

La realizzazione di questo format comporta aspetti organizzativi peculiari ed importanti:

- una procedura standard che regola i processi di progettazione e realizzazione degli itinerari;
- alcuni strumenti di lavoro appositamente predisposti come l'archivio dei prodotti tipici, la brochure da distribuire ai partecipanti, il copione per le guide, la presentazione in power point delle immagini, il materiale per la comunicazione e la prenotazione ecc.
- 2 figure professionali qualificate e soggette ad accreditamento costante: la Guida del Gusto che funge da conduttore, e il Responsabile di Sala, manager dell'iniziativa.

Infine, il sistema di accreditamento prevede l'utilizzo delle Guide del Gusto: le figure "abilitate" a condurre le degustazioni organizzate dalla Galleria. Per richiedere la qualifica di guida, oltre ad essere appassionati di enogastronomia e possedere un proprio bagaglio culturale sulla materia, bisogna frequentare uno specifico corso di aggiornamento tecnico e superarne con successo la verifica finale. Questa formazione, che prevede 4 giornate in presenza e due a distanza, richiede ai partecipanti una solida base di conoscenza delle produzioni locali e si focalizza esclusivamente su tre aspetti: saper parlare dei prodotti e del territorio, saper guidare l'assaggio, conoscere i produttori (nei due giorni "a distanza" si chiede alle aspiranti guide di visitare un certo numero di aziende associate). Queste visite si sono dimostrate un utile modo per "fare squadra" ed hanno consentito anche agli stessi produttori di chiarire il valore delle proprie produzioni e riflettere su opportunità di miglioramento.

Le Guide del Gusto

La qualifica di Guida del Gusto, viene riconosciuta dalla Galleria, attraverso un processo di accreditamento:

- possono fare domanda gli interessati in possesso dei seguenti requisiti: partecipazione allo specifico seminario di aggiornamento tecnico e superamento della prova finale con un giudizio non inferiore a "Distinto"; partecipazione, come uditore, ad almeno 3 itinerari del gusto;
- i richiedenti vengono quindi invitati a sostenere una prova pratica che consiste nel guidare un itinerario "reale" affiancati da una guida senior;
- se la prova è stata valutata positivamente il richiedente viene iscritto nell'elenco delle guide;
- da questo momento in poi la sua opera è soggetta ad accreditamento, questo si basa sulla registrazione degli itinerari guidati, delle presenze totalizzate e dell'esito dei giudizi ricevuti (sulla base dei quali possono essere programmate verifiche supplementari);
- quando la guida ha totalizzato 500 presenze in almeno 20 itinerari guidati, può essere qualificata come guida senior;
- le guide senior possono ricevere la qualifica di Guida Emerita quando si sono contraddistinte per il contributo culturale apportato al sistema della Galleria o, per anzianità di servizio, (3.000 presenze in almeno 150 itinerari).

La qualificazione degli iscritti nell'elenco delle guide prevede anche il riconoscimento di specifiche competenze che possono essere di tipo linguistico o culturale. In tale modo è possibile selezionare le guide che condurranno itinerari particolarmente orientati su specifiche tematiche o rivolti a partecipanti appartenenti a specifici target (ad esempio stranieri).

I piani di comunicazione e di animazione hanno accompagnato tutto il processo di accreditamento. In particolare il lavoro svolto si è incentrato sulla costruzione degli itinerari, e del materiale necessario alla loro implementazione.

Le attività di animazione sono state progettate in collegamento a quelle di comunicazione e hanno riguardato:

a) Il calendario delle attività locali realizzate in collaborazione ad Enti ed operatori privati;

b) Il programma delle attività realizzate fuori dal territorio nell'ambito di eventi, rassegne e manifestazioni.

Da quanto detto in precedenza il lavoro di attivazione della Galleria del Gusto è stato complesso ed ha registrato diverse tappe. Per una loro articolazione temporale si veda lo schema della pagina seguente.

Periodo	Attività	Risultati e difficoltà
Autunno 2005 Febbraio 2006	Attivazione studi di filiera	Analisi di 13 filiere e sistemi produttivi in collaborazione con le Organizzazioni di categoria; Definizione di linee guida di filiera. Difficoltà incontrate: la definizione di linee guida è necessaria ma non sufficiente per un adeguato coordinamento dell'organizzazione in filiera.
Dicembre 2005	Definizione progettazione esecutiva	Definizione di un ventaglio di attività da svolgere su scala locale (asse I) e di cooperazione (asse II), articolate in un unico progetto di sistema produttivo locale La Galleria del Gusto.
Maggio 2006 – Agosto 2006	Convegno di presentazione e lancio del progetto Galleria del Gusto	Costituzione del Comitato Promotore della Galleria. Questa fase si è concretizza in un lavoro di animazione locale volto da un lato a caratterizzare produzioni e servizi offerti dal territorio, e dall'altro a raccogliere le adesioni al comitato promotore e concertare i contenuti dell'accordo. Pubblicazione bandi dell'Asse 1. Avviamento delle attività.
Agosto 2006 – Febbraio 2007	"Messa a punto" degli strumenti principali del progetto	Vengono definiti e testati i prototipi di diversi strumenti: il sistema di accreditamento dei prodotti (regolamento e forme di verifica); il format degli Itinerari nei gusti (il "copione" e le procedure); i moduli formativi (materiale didattico, modalità di selezione) e le regole di accreditamento delle Guide del Gusto.
Marzo – Giugno 2007	Accreditamento guide e bandi per imprese private.	Vengono realizzati 3 corsi con 71 partecipanti. In contemporanea vengono pubblicati i bandi dell'Asse 1 per le imprese agricole o artigianali aderenti al circuito della Galleria: si finanziano investimenti per migliorare la qualità dei prodotti e/o la capacità di accoglienza dell'azienda.
Aprile – Settembre 2007	Attivazione degli itinerari e delle attività di animazione	Gradualmente le particolari attività di formazione/degustazione della Galleria divengono conosciute e crescono così le richieste di collaborazione e gli inviti. Parallelamente si promuovono iniziative e seminari a tema sul territorio: particolarmente qualificata è Buon Gusto (la prima rassegna regionale abruzzese dedicata ale produzioni casearie).
Ottobre 2007 Marzo 2008	Attività di aggiornamento tecnico e miglioramento dei prodotti	Nel periodo autunno-primavera la Galleria si dedica alle attività finalizzate a migliorare alcune specifiche produzioni, si tratta di piccole comunità di pratica, partecipate da produttori, tecnici e appassionati in cui si abbinano sessioni formative e lavoro di gruppo finalizzato ad obiettivi concreti: - attraverso un master di Slow Food sui salumi si migliora il profilo di caratterizzazione dei salumi tipici frentani (salsicciotto e salsiccia a campanella), si redige il disciplinare di produzione e si forma un gruppo di assaggio specializzato; - si organizza un "seminario stagionale" sull'affinamento dei formaggi cui partecipano 20 aziende con altrettante sperimentazioni; - si organizza un corso sulla gestione tecnica e amministrativa dei piccoli impianti per la produzione di "Vino cotto"; - si organizzano moduli dedicati all'enogastronomia nell'ambito di attività formative per ristoratori e aziende agrituristiche realizzate da CIA, DR Form e Patto territoriale.
Aprile – Novembre 2008	Guida enogastronomica della Provincia di Chieti Gusto point Strumenti di comunicazione	In collaborazione con la Provincia per le aree extra Leader e con il GAL Vastese Inn, viene realizzata la guida Itinerari nei Gusti della provincia di Chieti, edita da slow food. Si tratta di una vera e propria operazione di lancio del territorio provinciale come meta eno-gastronomica. La guida, che descrive tutte le produzioni tipiche della provincia, oltre 150 recapiti di produttori artigianali o di fattoria e diverse decine di locali di ristorazione, viene presentata al Salone del Gusto 2008 (dove la Galleria gestisce anche lo stand della provincia di Chieti) e distribuita già nel dicembre 2008 ai circa 30.000 abbonati italiani alla rivista di Slow food (altre 10.000 copie vengono distribuite dai partner del progetto). La guida rappresenta anche il passaggio della Galleria ad una dimensione territoriale di livello provinciale. Nel 2008 vengono anche realizzati 8 progetti di punti comunali di promozione dell'enogastronomia (circa 400.000 euro di investimenti al 75%). Questi gusto point (nel gergo di Maiella Verde) sono aule didattiche e locali di degustazione ed esposizione realizzati dalle amministrazioni pubbliche e gestiti da privati. Tra di essi c'è anche la nuova sede della Galleria del Gusto che così diviene anche luogo fisico aperto al pubblico. Nello stesso periodo è stata realizzata una gamma di strumentti di comunicazione: logo, sito web, blog, news letter (estate 2009)
2009	La gestione extra-leader	Dopo uno stop di alcuni mesi dovuto soprattutto ai lavori di realizzazione della sede centrale. La Galleria del Gusto si è riorganizzata per il "funzionamento" al di fuori del progetto Leader, l'apertura della sede e l'avvio delle attività sono previsti per il 12 giugno 2009.

Per le annualità 2006-2008, da un punto di vista finanziario, il progetto Galleria del Gusto ha previsto un impegno complessivo di 525.000 Euro, di cui 400.000 derivano da risorse LEADER+ .

Attività	Costo pubblico	Costo a carico di privati/GAL	Costo totale
Spese generali di progettazione e coordinamento	20.000,00	0,00	20.000,00
Assistenza tecnica alla costituzione del Comitato promotore	65.000,00	0,00	65.000,00
Attivazione e funzionamento dell'Organismo di gestione	77.000,00	33.000,00	110.000,00
Sistema di accreditamento di produttori e fornitori di servizi	24.600,00	10.400,00	35.000,00
Piano di comunicazione	77.100,00	32.900,00	110.000,00
Piano di animazione	49.170,00	20.830,00	70.000,00
Attivazione di "Strade del gusto"	21.360,00	8.640,00	30.000,00
Attivazione di servizi di tipo commerciale e logistico	59.500,00	25.500,00	85.000,00
TOTALE	393.730,00	131.270,00	525.000,00

3. I RISULTATI DELL'INIZIATIVA

L'idea ha dato vita una a una forte mobilitazione delle energie locali, con una stretta integrazione tra iniziative e soggetti.

Di seguito sono riportati i risultati conseguiti con l'iniziativa.

Di particolare consistenza sono i risultati con gli Itinerari nei Gusti. Questi fin nel loro primo anno di vita, hanno riscosso un successo di critica e di pubblico ben superiore alle aspettative: spinti da un vivace passaparola, grazie agli inviti ricevuti da diversi tipi di istituzioni organizzatrici di manifestazioni.

È stato messo a punto un tipo di laboratorio/degustazione guidata pensato per raccontare i territori. Nel corso di due anni e mezzo sono state realizzate circa 400 degustazioni cui hanno partecipato più di 10.000 persone.

Tipo attività	Quantificazione
Itinerari realizzati	400
Presenze registrate negli itinerari	10.000
Quantità annua di prodotto "mobilitata"	30.000 Euro
Brochure distribuite	35.000
Manifestazioni locali	29

Il processo di costituzione della rete delle Guide del Gusto è stato avviato nell'aprile 2007 con il primo dei tre seminari di aggiornamento tecnico realizzati nella provincia di Chieti. È stata costituita una rete di guide accreditate a condurre gli itinerari e 71 persone hanno partecipato ai corsi di aggiornamento tecnico delle Guide.

Categoria	Numero
Partecipanti nei seminari di aggiornamento tecnico	71
Idonei a richiedere l'iscrizione all'elenco delle guide	25
Guide accreditate	12
Guide senior	3
Guide emerite	0

Sono inoltre da considerare alcuni elementi positivi di carattere qualitativo che vanno considerati nella valutazione dell'esperienza degli itinerari e delle guide:

- il lavoro ha posto le basi per il repertorio dei prodotti locali;
- le guide svolgono una funzione essenziale nell'accreditamento dei prodotti assaggiandoli periodicamente nel corso delle degustazioni;
- gli itinerari nei gusti sono diventati un cavallo di battaglia per gli eventi sul territorio
- il know how Slow Food è stato utile alla didattica e la sua rete locale è stata essenziale per sensibilizzare le persone;
- gli itinerari si sono dimostrati un biglietto da visita per creare relazioni con una quantità di istituzioni.

Il processo di accreditamento dei produttori, invece oltre alla costruzione del sistema nel suo complesso, ha permesso il coinvolgimento diretto di ben 96 aziende. Dalla valutazione condotta dal GAL emerge che la relazione con i produttori è essenziale per tutte le iniziative, al tempo stesso più iniziative di comunicazione e capacity building si realizzano e maggiore è l'adesione dei produttori all'accreditamento. Con l'accreditamento si raccolgono informazioni utilizzate in altre attività (comunicazione, formazione ecc.). Inoltre, le iniziative come le guide (vino e olio) di Slow Food ed i concorsi che si organizzano nell'ambito degli eventi promossi dalle amministrazioni locali diventano strumenti di accreditamento.

Nella tabella seguente, inoltre vengono esaminate tutte le altre attività realizzate con l'iniziativa e per ciascuna si evidenziano alcuni elementi di riflessione e integrazione.

Iniziative realizzate nell'ambito del progetto		Tipo di integrazione	
Titolo	Realizzazioni	Tra iniziative	Tra attori
Repertorio delle produzioni locali	Si sta gradualmente raccogliendo un repertorio di documentazione sulle produzioni tipiche del territorio.	Il repertorio è essenziale per la formazione e la comunicazione, al tempo stesso queste attività divengono occasioni per mettere insieme il repertorio.	Slow Food, ARRSA e altre fonti istituzionali sono state fondamentali costituire l'archivio. Al tempo stesso il lavoro di documentazione effettuato ha contaminato le loro edizioni (guida salumi e birra, elenco prodotti tradizionali ecc.)
Comunità di apprendi-mento e iniziative formative	Sono state organizzate diverse iniziative di aggiornamento tecnico: un Master salumi di Slow Food, un corso per i produttori di vino cotto, un corso sull'affinamento dei formaggi, 3 corsi per le guide del gusto, sessioni in corsi per ristoratori ed aziende agrituristiche. In totale hanno partecipato 131 persone.	Il lavoro preparatorio per la formazione è fonte di contenuti per le altre attività. Le reti costituite (guide, produttori, partecipanti alle degustazioni) sono bacino d'utenza per la formazione. La formazione serve a costituire gruppi di assaggio che poi si usano nell'accreditamento dei prodotti.	Forte collaborazione con Slow Food per corsi e materiale didattico Forte collaborazione con le la provincia, le organizzazioni di categoria, il Patto Sangro-Aventino e le amministrazioni locali per realizzare le iniziative. Cooperazione con il GAL Abruzzo Italico
Eventi	Si è collaborato in varia forma all'organizzazione di eventi sulle produzioni tipiche locali (29 manifestazioni)	Degustazioni, commissioni d'assaggio, seminari sono facili da organizzare disponendo delle attività citate	Stretta collaborazione con diversi soggetti del territorio per l'organizzazione di diverse manifestazioni. Salone del Gusto: stand della Provincia di Chieti Cooperazione con il GAL Abruzzo Italico
Mini-logistica	È stato attivato un piccolo magazzino all'interno del quale avviene una rotazione costante della gamma completa dei prodotti tipici locali.	Il sistema degli "Itinerari" muove circa 30.000/ anno di prodotti. Questa rotazione giustifica l'organizzazione di una mini base logistica che rappresenta il pre-requisito essenziale per promuovere altre azioni mirate a sviluppare servizi commerciali specifici.	
Sede	È stata realizzata una sede espositiva aperta al pubblico (estate 2009) per degustazioni anche individuali		Il Comune di Casoli a dato i locali (comodato per 10 anni). Si promuove la visita nel circuito sangro-Aventino Card (collaborazione con il Patto territoriale)
Strumenti di comunicazione	È stata realizzata una gamma di prodotti di comunicazione: logo, sito web, blog, news letter (estate 2009)		
Guida della provincia di Chieti	Da un primo catalogo dei produttori si è arrivati a pubblicare la prima guida enogastronomica della provincia, 153 produttori segnalati, 35.000 copie distribuite sino ad oggi.		Edizioni Slow Food, contributo finanziario della provincia di Chieti, cooperazione con il GAL Vastese Inn

Il progetto, inoltre, si è posto l'obiettivo di attivare iniziative di cooperazione a livello regionale, con lo scopo di costituire una rete di Gallerie. Il lancio dell'idea ed i successivi contatti hanno prodotto i seguenti risultati sugli altri 6 territori abruzzesi:

- il GAL Abruzzo Italico ha aderito ed ha condotto con successo un percorso analogo di attivazione della Galleria nel proprio territorio;
- il GAL Marsica ha aderito con lo scopo di integrare il progetto della Galleria con quello della rete di osterie tipiche (rete di produttori con rete di punti di diffusione);
- i GAL Vastese Inn ha aderito partecipando in particolare all'iniziativa della Guida enogastronomia della provincia di Chieti;
- i GAL Teramano e Terre Pescaresi non hanno manifestato interesse;

Il lancio degli itinerari è stato utile a rafforzare le relazioni:

- ha offerto una pratica da riusare al GAL Abruzzo Italico che sta avviando le attività e partecipa alla co-progettazione;
- ha rafforzato l'idea di cooperazione con la rete delle osterie (accreditamento produttori e servizi, logistica e animazione);
- ha consentito di coinvolgere comunque tutti i GAL che non hanno aderito con la realizzazione in comune di un "Itinerario nei gusti dell'Abruzzo autentico" che è già stato sperimentato in due importanti occasioni (a Bruxelles nell'ambito della mostra dell'artigianato artistico abruzzese che si è tenuta nel Palazzo delle Regioni e a Pescara nell'ambito dell'affollatissima rassegna "Mediterranea").

Galleria del gusto

L'iniziativa portata avanti è complessa e presenta obiettivi ambiziosi. Nella sua realizzazione sono state incontrate anche alcune difficoltà di tipo operativo da tenere in considerazione qualora si voglia replicare in altri contesti:

- è importante che le prenotazioni per partecipare agli itinerari nel gusto vengano rispettate. Pertanto, occorre chiedere ai partecipanti un contributo seppur minimo (5 Euro) per la degustazione dei prodotti;
- i prodotti presentati non possono essere venduti dal GAL, pertanto occorre coinvolgere un'associazione finalizzata alla commercializzazione;
- le guide devono essere degli "appassionati", con una doppia caratteristica: conoscere i prodotti e avere capacità comunicativa;
- logistica della commercializzazione: il sistema funziona se esiste un "magazzino degli itinerari". Da questo punto di vista, il sistema organizzativo utilizzato è determinante;
- il sistema di accreditamento dei produttori deve essere anticipato rispetto all'avvio degli itinerari, affinché si comprendano bene gli impegni e i vantaggi di far parte di un circuito organizzato.

4. ANALISI DELLA BUONA PRATICA

L'iniziativa presentata costituisce senza dubbio un buon esempio sia per le modalità con le quali è stata condotta sia per i risultati ottenuti.

In primo luogo, rispecchia tutti i caratteri del LEADER come mostra la tabella seguente:

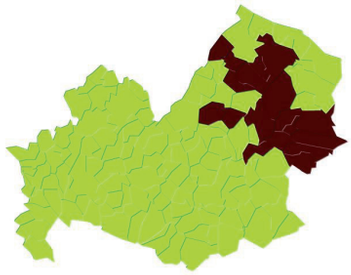
Caratteri del LEADER	Declinazione dei caratteri
Approccio territoriale	· Tutto il lavoro si basa sulle potenzialità produttive dell'area e le coniuga con il settore turistico
Approccio dal basso	· Nella costruzione dell'iniziativa è stato svolto un consistente lavoro di animazione che ha permesso il coinvolgimento diretto degli operatori locali
Partnership	· La galleria del gusto è un organismo partenariale, che si fonda sulla partecipazione paritetica degli enti locali e delle realtà produttive
Innovazione	· Il prodotto finale e i risultati ottenuti sono innovativi non solo nel contesto di riferimento ma anche nel panorama nazionale
Integrazione	· Il progetto prevede una stretta integrazione tra soggetti e settori
Rete	· Grazie all'inclusione di soggetti che hanno competenze su scala regionale e nazionale, si è costituita una rete di competenze che rappresenta un patrimonio per l'area.
Cooperazione	· Il progetto prevede attività di cooperazione con altri GAL abruzzesi

Secondariamente, le soluzioni adottate appaiono di estremo rilievo sia per gli effetti sul sistema organizzativo locale sia in relazione alle opzioni di progetto adottate.

	Soluzioni istituzionali/sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Analisi del metodo seguito			
Qualità	Coinvolgimento degli Enti Locali	Piano di comunicazione e di animazione	Analisi delle filiere produttive Consistente attività di animazione
Innovazione	Utilizzo di soggetti esterni riconosciuti per la loro professionalità	Costituzione dell'organismo "Galleria del Gusto"; Mini-logistica; Utilizzo coordinato di strumenti di comunicazione elaborati da altri soggetti	Itinerari nei Gusti; Guide del Gusto; Sistema di accreditamento
Integrazione	Stretta connessione tra Enti Locali e privati		Tra settori e soggetti
Analisi dei risultati			
Misurabilità-efficacia			Oltre 10.000 visitatori; 30.000 Euro/anno per i prodotti "mobilitati"
Sostenibilità	Innalzamento della professionalità delle aziende		Miglioramento dei processi produttivi (innalzamento standard)
Aree di cambiamento	Adesione dei produttori a un sistema organizzativo complesso; Condivisione degli obiettivi tra pubblico/privato		
Trasferibilità			
Analisi di contesto			Iniziative di contaminazione in altri territori
Contaminazione con altri strumenti di politica			
Utilizzo in altri settori			Connessione con prodotti artiganali

LE FATTORIE DIDATTICHE

Regione - GAL	**Molise – GAL Innovaplus**
Settore	Servizi alla popolazione - Servizi educativi
Costo	CT 165.000, SP 87.000
Data avvio lavori	Ottobre 2004



L'azione presa in esame si sviluppa nell'ambito della Misura 1.2 – Innovazione e qualificazione del sistema produttivo locale – è ha lo scopo di promuovere strategie originali di sviluppo integrato e sostenibile, nel territorio di competenza del GAL Innova Plus. All'interno della Misura si attua l'Azione 1.2.4 dal titolo "Fattorie didattiche"[1]. L'obiettivo è quello di promuovere e sostenere a scopo dimostrativo un numero di 3 o 4 "progetti pilota" nel tema della diversificazione dell'attività e del reddito presso le aziende agricole, agrituristiche e turistiche dell'area Leader +.

In particolare l'Azione intende sostenere con investimenti materiali e immateriali la messa a punto di strutture e servizi esclusivamente dedicati a funzioni didattiche, informative e divulgative, a scopo turistico – ricettivo.

L'azione è suddivisa in due interventi, il primo dei quali riguarda l'elaborazione di un disciplinare tecnico – metodologico finalizzato alla predisposizione da parte dei beneficiari finali dei "progetti pilota", mentre il secondo intervento riguarda la selezione dei progetti pilota atti alla realizzazione delle fattorie e l'attuazione degli interventi.

Il costo complessivo dell'Azione ammonta a 165.000 euro di cui 15.000 euro destinati al primo intervento mentre la restante quota, 150.000 euro, è destinata all'attuazione del secondo intervento. La percentuale a carico delle risorse pubbliche, differente tra il primo e il secondo intervento (80% nel primo intervento e 50% nel secondo) suddivide l'ammontare complessivo in 87.000 euro di contributo pubblico e 78.000 euro di quota privata.

L'Azione, attualmente in corso di svolgimento, ha concluso il primo intervento ed il Gal ha provveduto alla pubblicazione del bando per l'individuazione delle aziende beneficiarie del secondo intervento e le aziende agricole del territorio che hanno presentato domanda di adesione all'intervento sono state complessivamente tre.

1. LA NASCITA DELL'INIZIATIVA

1.1 Il contesto di riferimento e le motivazioni

L'area eleggibile a Leader+ del GAL Innova Plus comprende 18 Comuni per una superficie pari a 778 kmq e si sviluppa essenzialmente nella parte orientale della regione Molise, interamente in provincia di Campobasso, immediatamente a ridosso della fascia litoranea.

La popolazione residente ammonta a 36.138 abitanti, con una densità di 46,5 abitanti/kmq. Gli abitanti si concentrano per oltre il 45% principalmente in tre Comuni (Guglionesi, Santa Croce di Magliano e Larino) e nella totalità dei Comuni appartenenti all'area, eccetto uno (Santa Croce di Magliano) si è assistito nel ventennio compreso tra il 1980 e il 2000 a un forte un calo demografico mediamente pari l'11, 50% con alcuni Comuni dove il decremento è stato anche superiore al 20%. Il 24% della popolazione ha un'età superiore ai 64 anni e questo dato mostra un contesto che si presenta dal punto di vista demografico contraddistinto da un spopolamento in corso, un invecchiamento della popolazione e una conseguente diminuzione della densità media abitativa.

Il sistema agricolo ed agro-alimentare rappresenta, per dimensioni e numeri, la risorsa principale dell'area. Utilizzando i dati ISTAT (5 Censimento Generale dell'Agricoltura) nel periodo di riferimento 1990 – 2000 si osserva una contrazione del numero di aziende agricole (- 18 %), della superficie totale utilizzata (- 14 %) e della superficie agricola utilizzata (- 14 %). Le aziende presenti sono prevalentemente a conduzione diretta con l'ausilio dei familiari, le classi d'ampiezza mostrano una percentuale d'aziende superiore al 25% con superficie agricola utilizzata inferiore all'ettaro, mentre il grosso del numero d'aziende è compreso nelle classi di 2-5 e 5-10 ettari, per un totale del 70% (40% le prime e 30% le seconde). A queste seguono le aziende comprese tra i 10 e i 50 ettari che rappresentano circa il 23% e circa il 2% delle aziende hanno una superficie superiore ai 50 ettari.

[1] Il caso studio è stato redatto da David Mastrecchia. Per la sua realizzazione è stata intervistata Giovanna Lepore (Direttore del GAL) nell'ottobre 2005.

Questo brevissimo quadro prefigura un'agricoltura frammentata in piccolissime imprese che difficilmente allo stato attuale sono in grado di esprimere una massa critica sufficiente per impattare nel mercato in modo competitivo e remunerativo. Alcuni segnali lasciano in ogni caso ben sperare nelle future possibilità dell'agricoltura della zona. Infatti, anche se la conduzione aziendale principale è di tipo familiare, va segnalata la presenza di diversi giovani agricoltori in grado di garantire la loro permanenza sul territorio per il prossimo futuro. Infine, la presenza di un'alta percentuale di aziende fra le classi di ampiezza tra i 5 ed i 50 ettari di superficie (percentuale superiore al 50% delle aziende) garantisce un'attività agricola produttiva nella zona che va alimentata e salvaguardata.

Il sistema agro-alimentare è molto incentrato sulla filiera dell'olio che risulta essere la più significativa dell'area e della Regione, a questa segue la filiera dei prodotti lattiero caseari forte anche della presenza di una D.O.P. importante come quella del Caciocavallo Silano prodotto proprio in questi luoghi. Esistono inoltre, all'interno del territorio di competenza del GAL, altre realtà economiche come quelle del settore della panetteria e pasticceria, in virtù anche della radicata tradizione locale legata da sempre alla coltivazione e trasformazione dei cereali, e imprese dedite alla lavorazione delle carni.

Accanto al sistema agricolo sono presenti attività soprattutto riferite all'artigianato (Bonefro, Colletorto e Santa Croce di Magliano) e del terziario (Larino) o da nuove attività imprenditoriali nate con lo sviluppo delle aree PIP comunali (Guglionesi e Larino).

Il Gal dopo l'analisi territoriale ha voluto scommettere, pur con tutte le problematiche rilevate, nel rilancio del settore agricolo nella convinzione che solo attraverso una riconversione e diversificazione delle attività nelle imprese agricole è possibile garantire una fonte integrativa al reddito dell'agricoltore.

L'azione è integrata con le altre azioni presenti nel PSL e soprattutto con l'Azione 1.2.6 dal titolo : "Formazione mirata per operatori dell'ospitalità" che ha lo scopo di supportare tutti coloro che intendano dedicarsi all'ospitalità e ricettività migliorando le proprie capacità attraverso specifici corsi riguardo tecniche d'ospitalità e promozione turistica territoriale. L'azione prevede un approfondimento dei contenuti tecnico professionali quali ad esempio: tecniche e metodologie di accoglienza, organizzazione aziendale, gestione economica e finanziaria d'impresa, conoscenza dell'atlante delle produzioni tipiche e di valore locale, tecniche enogastronomiche.

Inoltre L'Azione trova una linea comune con il Programma operativo regionale del Molise e precisamente nell'Asse IV – Sistemi locali e di sviluppo - nella Misura 4.13 "Diversificazione delle attività del settore agricolo e delle attività affini allo scopo di sviluppare attività plurime e fonti alternative di reddito". La misura è finalizzata alla diversificazione delle attività produttive e delle fonti di reddito nelle aziende agricole e forestali regionali, oltre che al sostegno e miglioramento delle condizioni di vita delle popolazioni rurali e della creazione e sviluppo di attività economiche extra-agricole nelle aree rurali.

COSA SONO LE FATTORIE DIDATTICHE?

Le fattorie didattiche sono delle aziende agricole o agrituristiche che, dopo opportune modifiche strutturali volte alla ricezione, accolgono al proprio interno scuole, gruppi di persone e famiglie interessate a riscoprire lo stile di vita rurale fatto di tradizione e cultura e per scoprire gli antichi mestieri sempre più da salvaguardare evitandone la scomparsa.

Qual'è il ruolo delle fattorie didattiche?

Numerosi possono essere i ruoli svolti dalle fattorie didattiche, tra i quali:

- Rappresentano un momento di collegamento tra città e campagna;
- Strumento di comunicazione diretta fra l'agricoltore e il cittadino, a cominciare dalle giovani generazioni;
- Rappresentano un momento educativo volto alla conoscenza dei prodotti che mangiamo e del lavoro necessario per produrli;
- Offrono una forma di reddito supplementare all'agricoltore;
- Si propone come un legame stabile tra aziende e territorio ponendo le fattorie come dei veri e propri centri territoriali di educazione ambientale ed alimentare a disposizione di scuole e famiglie, quindi con una forte valenza socio-culturale.

Dove nascono le fattorie didattiche e quante sono in Italia?

Le prime esperienze italiane delle fattorie didattiche risalgono al 1997 nell'ambito del primo Meeting Agriscuola organizzato dall'Osservatorio Agroambientale con la partecipazione della Federazione Europea delle City Farms.

Le fattorie didattiche si consolidano successivamente nei primi anni del 2000 attraverso la creazione di circuiti e reti di aziende, strutturandosi volontariamente in maniera tale da offrire spazi aziendali destinati all'accoglienza e, in alcune regioni maggiormente del Nord, sorgono delle vere e proprie reti territoriali di fattorie didattiche.

Attualmente in Italia sono presenti 13 reti di fattorie didattiche che annoverano l'iscrizione di 789 aziende di cui 696 effettivamente operanti. Le regioni maggiormente rappresentate al cui interno sono presenti fattorie didattiche attive sono: l'Emilia Romagna con 229, la Lombardia con 79, la Toscana con 59 e il Lazio con 58. Al sud è soprattutto la Sicilia con 21 fattorie didattiche a detenere il primato seguita dalla Puglia con 12 e dalla Campania con 10.

Nel Molise risultano essere presenti 5 fattorie didattiche iscritte ad una rete e tutte attive di cui 2 risultano essere anche aziende agrituristiche.

Simili ma non uguali sono le city farm, fattorie urbane (sviluppatesi maggiormente nei Paesi Nordeuropei) situate in ambito urbano o periurbano nate con l'obiettivo di far incontrare bambini, ragazzi e adulti delle città con gli animali della fattoria, il suolo, le piante coltivate e selvatiche. Esse sorgono in genere su terreni ed edifici di proprietà pubblica e sono gestite da animatori e volontari di associazioni no-profit.

1.2 Gli obiettivi e i soggetti coinvolti

L'iniziativa rappresenta la prima esperienza per la regione Molise e questo conferisce già un certo grado di innovazione per questo territorio, poco incline ai cambiamenti imposti dalla società, la quale per il settore agricolo chiede da tempo multifunzionalità e sostenibilità sottoponendo le aziende agricole a una revisione della loro organizzazione interna e dei nuovi obiettivi, non centrati esclusivamente sulla produzione agroalimentare, bensì sulla tutela del paesaggio, sulla salvaguardia della biodiversità, della cultura rurale e degli antichi mestieri.

L'avvio dell'esperienza si deve al Gal che ha saputo trasferire nel proprio territorio la giusta esperienza della regione Emilia Romagna la quale, in questo momento, rappresenta la regione italiana con il più alto numero di fattorie didattiche.

Gli obiettivi che s'intendono perseguire con l'attuazione dell'intervento, sono:

- favorire l'integrazione del reddito agli agricoltori;
- riscoprire il valore "culturale" dell'agricoltura e del mondo rurale;
- valorizzare il ruolo formativo e informativo dell'agricoltore;
- consolidare i legami dei giovani con il proprio territorio creando una rete di relazioni fra produttore e giovane consumatore finalizzata alla conoscenza della produzione agricola e ad uno stile di vita sano.

Il Gal racchiude nella sua partnership cinque strutture private e una pubblica rappresentata dalla Comunità Montana Cigno Valle Biferno di Casacalenda. La compagine privata vede la presenza di alcune Associazioni di categoria e la società Innova (Società consortile di Sviluppo Basso Molise Fortore a r.l.), costituita da 46 soci, pubblici, rappresentati da numerose Amministrazioni Comunali dell'area, e privati, Associazioni di categoria e Istituti di credito presenti sul territorio. Lo scopo principale della società è la promozione di attività dirette allo sviluppo economico, produttivo e occupazionale con riferimento all'area specifica del "Patto Territoriale del Basso Molise Fortore".

I partner sono stati coinvolti fin dall'inizio in tutte le attività volte allo sviluppo sociale ed economico dei territori ricompresi nell'ambito del Gal Innova plus, i partner pubblici hanno svolto un ruolo di promozione, sensibilizzazione e animazione tra gli operatori e la popolazione locale mentre i partner privati hanno svolto un ruolo determinante di supporto, ciascuno per i settori di competenza nelle attività promosse in ambito di sviluppo locale dalla società Innova.

2. DALL'IDEAZIONE ALL'ATTUAZIONE

L'iniziativa è suddivisa in due interventi il primo dei quali riguarda la stesura di un disciplinare tecnico metodologico sulle fattorie didattiche e serve oltre che a fornire una visione generale sull'argomento, anche come strumento propedeutico a tutte quelle imprese che parteciperanno al secondo intervento mirato al finanziamento di attività materiali e immateriali presso le aziende agricole e di turismo rurale ricadenti nell'area di competenza del Gal.

La prima fase ha preso avvio nell'ottobre 2004 quando il Gal in regia diretta ha affidato l'incarico della stesura del disciplinare tecnico a una società di consulenza esterna. Il lavoro, concluso alla fine del 2004 con un costo di 15.000 euro, si è concretizzato con la produzione di un documento che chiarisce i ruoli e gli obiettivi a cui rispondono le fattorie didattiche oltre a fornire una panoramica sull'attuale situazione italiana e sul trend evolutivo della domanda di mercato per questa nuova forma di attività aziendale.

Nei primi mesi del 2005 il Gal ha lavorato alla predisposizione del primo bando pubblico, volto all'erogazione di contributi in conto capitale ad imprese agricole e/o agrituristiche che intendono creare "Fattorie didattiche" al proprio interno, attraverso specifiche attività materiali ed immateriali che porti alla produzione di un nuovo "prodotto" connotato dai seguenti elementi:

a) creazione di programmi, percorsi di studio e attività formative relativamente a: ambiente rurale, produzioni tipiche e tradizionali del territorio, cultura naturalistica e pratiche di bioarchitettura in ambiente rurale;

b) creazione di laboratori (permanenti o periodici) per lo svolgimento di attività didattiche, stages, visite guidate e dimostrazioni pratiche inserite in programmi di apprendimento volti ad approfondire le conoscenze su temi quali: cucina tipica locale, produzione e manipolazione delle preparazioni alimentari e gastronomiche tipiche, artigianato di qualità, creazione di beni per l'arredamento e il giardinaggio.

Il bando pubblicato il 18 marzo 2005 è stato affisso presso tutti i Comuni e le Comunità Montane dell'area e alla scadenza (2 maggio 2005) ha visto l'adesione di 2 aziende agricole. Poiché l'intervento prevedeva il finanziamento di 3 o 4 progetti di fattorie didattiche, il Gal ha nuovamente replicato il bando in data 20 maggio 2005 con scadenza il 20 giugno 2006, a questa seconda edizione ha aderito una sola azienda agricola portando quindi a tre le adesioni totali.

Come ipotizzato in fase di programmazione, proprio per il grado di innovazione dell'iniziativa rispetto al territorio di competenza del Gal, non si è avuto un numero elevato di adesioni e le aziende agricole che hanno risposto ai 2 bandi risultano condotte da giovani agricoltori con un titolo di studio medio alto, probabilmente appartenenti a quella piccola cerchia di imprenditori della zona più attenti e reattivi a cogliere l'occasione offerta dal Leader+.

Al proprio interno le aziende dovranno organizzarsi in maniera da poter ospitare i potenziali fruitori e soprattutto dovranno prevedere dei percorsi didattici con finalità educative diverse, come quelli legati all'ambiente (riconoscimento della flora e della fauna selvatica, riconoscimento degli insetti e distinzione fra quelli utili all'agricoltura e quelli dannosi), all'educazione alimentare risalendo all'origine dei cibi (dal grano al pane, dall'ape al miele, dall'uva al vino) e alla riscoperta del territorio e della civiltà contadina attraverso gli antichi mestieri.

Caratteristiche di una delle Fattorie didattiche	
Forma giuridica	Ditta individuale
Localizzazione aziendale	Comune di Larino
Orientamento produttivo aziendale	Vitivinicolo
Settori d'attività	Impresa agricola e agrituristica
Risorse umane operanti in azienda e destinate all'attuazione del progetto.	3 di cui 2 donne
Superficie agricola utilizzata	15 ettari
Età del titolare dell'azienda	40 anni
Titolo di studio	Licenza media superiore
Titolo progetto	Fattoria D'Uva
Obiettivo del progetto	Realizzare percorsi didattici in grado di mettere in relazione i luoghi della filiera produttiva del vigneto con le strutture agrituristiche e didattiche.
Importo progetto fattoria didattica	59.000,00 euro

PER SAPERNE DI PIÙ

http://www.regione.emilia-romagna.it/fattoriedidattiche/ : il sito della Regione Emilia Romagna offre la possibilità di conoscere il mondo delle fattorie didattiche presenti in regione, la loro dislocazione, la normativa nazionale e regionale, i materiali e i percorsi didattici presenti nelle fattorie.

http://www.regione.veneto.it: All'interno del sito della Regione Veneto è possibile trovare informazioni sull'attività svolta a livello Regionale e le procedure amministrative per avviare tale attività.

http://www.buonalombardia.it All'interno del sito nella sezione Educazione Alimentare è possibile trovare interessanti informazioni sulle Fattorie didattiche presenti nella regione.

http://www.aiab.it/nuovosito/biofattorie/ Il sito dell'Aiab offre un particolare tipologia di Fattorie didattiche, quello delle Biofattorie.

http://www.fattoriedidattiche.net

L'iniziativa è ancora in corso di attuazione ma dal lavoro fin qui svolto è possibile trarre un bilancio decisamente positivo. Il progetto, calibrato secondo le reali possibilità presenti nel territorio, ha avuto un budget finanziario di 150.000 euro, il 6% dell'intero PSL, adeguato alle reali aspettative di adesione delle aziende e, comunque, un utile aiuto nella fase di partenza (start up aziendale) alle imprese. L'impegno richiesto dalle attività in termini di risorse umane è stato abbastanza contenuto. Allo svolgimento hanno preso parte 5 persone che nella realtà rappresentano e costituiscono l'intero staff del Gal e sono: il Direttore tecnico, il Responsabile amministrativo-finanziario, un animatore, un informatico e un esperto di regolamenti comunitari.

Le procedure adottate rientrano nelle normali prassi messe in atto dal Gal per le altre iniziative presenti sul PSL e, nel caso specifico, si è trattato di un'assegnazione diretta per la realizzazione del disciplinare e un avviso pubblico per le imprese agricole beneficiarie dell'intervento. I risultati finora ottenuti sono essenzialmente riconducibili al fatto di avere un "Disciplinare tecnico metodologico" sulle fattorie didattiche disponibile a tutte le aziende agricole che anche in futuro volessero intraprendere questo percorso, tre aziende agricole che hanno scelto di intraprendere questa nuova e importante attività e, quindi, tre progetti pilota finanziati.

Durante lo svolgimento degli interventi non sono emerse problematiche tali da rallentare o mettere in discussione l'azione avviata, fatto salvo la necessità di replicare il bando poiché con il primo non si era stato raggiunto il numero di aziende stabilito in fase di programmazione. La partecipazione solo di tre aziende non ha sollevato preoccupazione in quanto il Gal in seguito all'analisi fatta sul territorio era consapevole di mettere in atto di un'azione pionieristica per l'area.

Le aziende beneficiarie dovranno mettere in atto una serie di interventi strutturali per la creazione di idonee strutture recettive, laboratori e aule; fino alla ricerca e stipula di contratti o convenzioni con i Presidi delle scuole presenti nell'area Leader+.

Per quanto riguarda l'adeguamento delle strutture aziendali va sottolineato come nelle regioni in cui le fattorie didattiche hanno iniziato per prima ad operare, le Amministrazioni regionali hanno favorito la costituzione di reti e, successivamente, attraverso lo strumento legislativo delineato i requisiti e gli impegni per l'accreditamento delle fattorie didattiche da parte delle aziende agricole. Un esempio è rappresentato dalla stesura in alcune regioni (Regione Veneto) di un documento chiamato "Carta della qualità delle Fattorie didattiche".

Carta della qualità delle Fattorie didattiche Regione Veneto

Il documento definisce innanzitutto il significato di fattoria didattica e il ruolo a cui essa è chiamata oltre ai requisiti e impegni per l'accreditamento in materia di :

- Sicurezza e aspetti igienico-sanitari (Rispetto delle norme sulla sicurezza vigenti in materia, vedi Decreto Legislativo n. 626/94; obbligo di stipula di un'assicurazione di responsabilità civile; possedere una dotazione di base per il pronto soccorso; accessi e percorsi utilizzabili da parte dei portatori di handicap etc..).
- Logistica (Presenza di aree aziendali aperte e chiuse, per il parcheggio dei pullman o altri mezzi di trasporto delle scolaresche; dotazione di un'adeguata segnalazione dell'azienda, progettazione e realizzazione di un idoneo percorso didattico; ambienti coperti attrezzati per lo svolgimento dei percorsi didattici; predisposizione di spazi attrezzati per il consumo dei pasti).
- Accoglienza e didattica (Accoglienza di un numero di alunni adeguato rispetto alla disponibilità degli operatori/animatori presenti nella fattoria; predisposizione di uno o più percorsi specifici, in relazione all'età degli alunni (materna-elementare-media-media superiore); prevedere un approccio interattivo tra operatori insegnanti e ragazzi).
- Formazione (E' necessaria la presenza all'interno della fattoria didattica di personale che abbia una formazione specifica per l'insegnamento acquisita attraverso corsi regionali promossi nell'ambito di progetti sulle fattorie didattiche).
- Obblighi di comunicazione e informazione (Obbligo di comunicazione della disponibilità o meno della fattoria alla preparazione di merende o pranzo; obbligo di fissare e comunicare il contributo richiesto per classe, con e senza pasto (tariffa massima); obbligo di tenuta e compilazione di un registro delle classi in visita).

Inoltre le aziende, secondo il documento predisposto, si dovranno impegnare ad essere sottoposte a controlli da parte della Regione o da soggetti da essa delegati, sulla permanenza dei requisiti e delle condizioni per l'accreditamento.

Questa breve disamina degli adempimenti necessari e del percorso seguito in altre Regioni apre numerose possibilità al Gal Innova Plus e alle aziende pilota che stanno intraprendendo questo percorso. Sulla falsa riga di quello attuato in altre regioni il Gal potrebbe stimolare le aziende a creare la prima rete di fattorie didattiche del Molise e successivamente intraprendere con l'Amministrazione Regionale un percorso che conduca alla definizione dei requisiti e condizioni di ammissibilità alla rete delle fattorie oltre alla costituzione di un Albo regionale delle Fattorie didattiche.

Sarebbe auspicabile che il Gal intraprendesse maggiori forme di animazione territoriale volte alla sensibilizzazione di tutte quelle aziende che, avendo idonee caratteristiche strutturali e di risorse umane, sopportino la creazione di una rete e la diffusione di questa nuova forma di multifunzionalità agricola. Inoltre, il Gal potrebbe, sulla scorta del percorso fatto da altre regioni, creare una carta della qualità calata sulla realtà territoriale e del contesto agricolo in cui opera, individuando le caratteristiche strutturali aziendali e della logistica più idonee al successo di altre iniziative in tal senso.

3. ANALISI DELLA BUONA PRATICA

La vera ricchezza progettuale ricade proprio nella semplicità dell'azione che racchiude in se tutte le caratteristiche di una buona pratica: semplicità delle procedure, trasferibilità mediante l'adattabilità a diversi contesti, replicabilità, giusto grado d'innovazione.

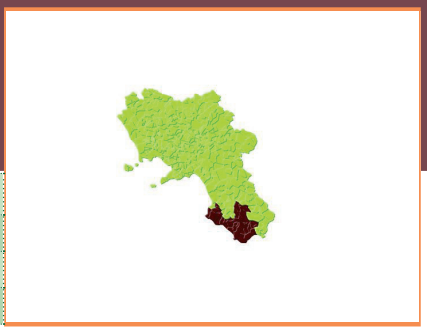
Si tratta infatti di un'azione collaudata e destinata a essere replicata in molte altre Regioni italiane e il fatto di essere stata replicata in Molise rappresenta un primo effetto – dimostrazione – secondo cui una pratica ben riuscita in un luogo riveste concretezza e si può tentare di realizzarla anche in un altro contesto. Si tratta di una dinamica imitativa molto utilizzata nel contesto rurale che il Gal ha saputo sfruttare a pieno valorizzando ancora una volta l'approccio o metodo Leader.

Caratteri del LEADER	Declinazione dei caratteri
Approccio territoriale	• Il disciplinare tecnico metodologico propone, sulla base delle esperienze extraregionali e dell'analisi regionale, delle indicazioni e dei suggerimenti per la costituzione delle fattorie didattiche.
Innovazione	• Per la Regione Molise si tratta certamente di un percorso innovativo.
Rete	• Le aziende certamente costituiranno una rete regionale la quale potrà essere messa in collegamento con le reti delle regioni limitrofe.

L'iniziativa, seppure ancora in corso di attuazione, nel complesso presenta diversi caratteri legati alle buone prassi, come mostra la griglia seguente.

	Soluzioni istituzionali/ sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Analisi del metodo seguito			
Qualità	Stimolo dell'imprenditoria agricola verso nuove forma di reddito già adottate con successo in altre realtà rurali		
Innovazione			I progetti pilota sulle fattorie didattiche nel contesto territoriale molisano sono di per sé un fattore innovativo
Integrazione			
Analisi dei risultati			
Misurabilità-efficacia			
Sostenibilità			Il mondo scolastico fondamentale utenza per le fattorie didattiche e maggiormente aperto a soluzioni innovative aumenta la sostenibilità del progetto stesso
Aree di cambiamento		L'indirizzo a costituirsi come rete molisana di fattorie didattiche, legandosi a quelle già esistenti in altre regioni può rappresentare un'area di forte cambiamento.	
Trasferibilità			
Analisi di contesto		Facilmente trasferibile in altri contesti territoriali	
Contaminazione con altri strumenti di politica			
Utilizzo in altri settori			

FATTORIA DIDATTICA PER LE PRODUZIONI BIOLOGICHE



Regione – GAL	**Campania - Casacastra**
Settore	Ambiente e Natura - Valorizzazione risorse naturali
Costo	Contributo LEADER + € 396.000;
Data avvio lavori	Giugno 2004

Il progetto è finalizzato alla valorizzazione ed alla fruizione integrata delle produzioni biologiche del comprensorio del Monte Stella[1].

Il progetto ha consentito la realizzazione di un laboratorio didattico per analisi chimiche agrarie, ha fornito attrezzature per l'essiccazione dei prodotti (fichi, erbe officinali, ecc.), ha realizzato una stazione di compostaggio, accompagnata da una campagna di sensibilizzazione sul compostaggio domestico. Sono stati infine attivati vari percorsi didattici dedicati principalmente ai ragazzi delle scuole.

Il progetto è terminato e l'iniziativa è pienamente operativa. Pertanto vengono svolti dalla fattoria didattica corsi di aggiornamento, giornate tematiche didattiche, degustazione di prodotti e informazione/valorizzazione di prodotti, in cui si privilegia l'esperienza sensoriale, emotiva, ludica attraverso momenti interattivi a stretto contatto con la natura.

Ad oggi sono stati realizzati 70 corsi e/o eventi didattici, che hanno visto la partecipazione di 1.850 studenti ed il coinvolgimento di 40 scuole.

1. LA NASCITA DELL'INIZIATIVA

1.1 Il contesto di riferimento e le motivazioni

Il contesto territoriale ed economico

L'area d'intervento è localizzata nella parte meridionale della provincia di Salerno e comprende i territori di 44 comuni. Il territorio del GAL, che si estende per oltre 1.211 km , è incluso per il 74% nel Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano (PNCVD), iscritto dal 1998, come paesaggio culturale, nella World Heritage List dell'UNESCO.

La regione d'interesse assume la connotazione molto precisa di una penisola che si estende, con orientamento nordovest-sudest, da Punta Tresino al Golfo di Policastro e rappresenta un sistema geologico ben definito che comprende gran parte della costa cilentana e si approfondisce verso l'interno fino a comprendere gran parte dei massicci del Monte Sacro e del Monte Cervati.

Oltre ai circa 115 chilometri di linea di costa, i lineamenti fisiografici dell'area d'azione sono tracciati dalla concatenazione di massicci montuosi al di sopra dei mille metri di quota, e zone collinari, da cui si aprono le vallate segnate dai corsi d'acqua principali.

Secondo i criteri ISTAT le aree montuose rappresentano il 22% del territorio, quelle di collina il 71% e quelle di pianura il 7%.

L'area è interessata da cinque bacini idrografici principali corrispondenti ai fiumi Alento, Calore, Mingardo e Bussento e da altri bacini secondari. I corsi d'acqua principali hanno regime di deflusso perenne ma con forti variazioni di portata, dipendenti dal regime pluviometrico nonché dall'estensione e dalla permeabilità dei bacini.

L'omogeneità territoriale si compie all'interno di un vero e proprio sistema naturalistico che si articola in 23 zone SIC che disegnano un paesaggio ininterrottamente caratterizzato dal pregio ambientale.

Nei 12 comuni costieri, cinque dei quali hanno ottenuto il riconoscimento della Bandiera Blu, ricadono ben dodici zone SIC che sono state istituite proprio in virtù della loro valenza e del significato che rivestono rispetto alla tutela ambientale ed alla salvaguardia della biodiversità.

Le dinamiche demografiche territoriali, riferite al periodo 1996/2005, indicano un saldo demografico negativo superiore al 4%. Le dinamiche interne dell'area, con poche eccezioni, manifestano una sostanziale e costante tendenza allo spopolamento.

[1] Il caso studio è stato redatto da Filippo Gotti. Per la sua realizzazione sono stati intervistati Carmine Farntano (Direttore GAL Casacastra), Giuseppe Cilento (Direttore Cooperativa Nuovo Cilento), nel mese di settembre 2007. Tutte le informazioni presenti nel caso studio sono state ricavate dalle interviste, dal sito Internet del GAL Casacastra (http://www.galcasacastra.it) e dal Piano di Sviluppo Locale GAL Casacastra

Il tasso di senilizzazione della popolazione, pari al 140%, risulta più elevato sia rispetto alla media regionale (68%) ma anche rispetto alla media delle aree Leader (102%).

La struttura sociale dell'area è organizzata secondo un modello semplice che affianca alla sostanziale integrità elementi di disagio legati alla povertà dei circuiti sociali. All'interno dei singoli centri, la frugalità degli stili di vita garantisce una buona coesione sociale, nel senso che, la distribuzione della ricchezza non rappresenta motivo di conflitto; tuttavia, i meccanismi della solidarietà limitandosi alla sola sfera dei rapporti interpersonali "di vicinato" non innescano dinamiche di cooperazione e di collaborazione e finiscono per assumere un ruolo negativo. Inoltre, debole appare il circuito informativo territoriale e, a partire dalla pubblica amministrazione, sono evidenti le difficoltà a reperire i dati e le informazioni necessarie ad impostare interventi di pianificazione.

Il sistema produttivo locale, minacciato dagli altissimi tassi di disoccupazione, si presenta arretrato ed elementare, con livelli di PIL pro-capite non superiori ai 10.000 euro (eccetto Vallo della Lucania).

Il tessuto socio-economico dell'area manifesta diverse forme di arretratezza e, non poche contraddizioni. Infatti, il tasso medio di disoccupazione, comprendendo disoccupati e persone in cerca di prima occupazione, è pari al 33%. Ciò avviene anche nei comuni costieri dove il sistema produttivo locale non riesce ad assorbire la manodopera nemmeno su base stagionale.

Il settore agricolo, che assorbe il 4,5% degli attivi contro il 10% regionale, rivela il peso del settore, che si caratterizza per una "patologia fondiaria" che somma alla polverizzazione (una media di 2,9 ha di SAU/Az.) la frammentazione delle aziende in diversi corpi dispersi sul territorio, anche a distanze elevate, provocando vistose inefficienze. La base produttiva agricola è costituita da 16.963 aziende che occupano una SAU di 46.102 Ha. La SAU rappresenta il 55% della SAT. La PLV supera di poco i 2 milioni per ettaro di SAU rispetto ai 2,7 milioni dell'area Leader e ai 4,8 milioni della Campania.

Gli ordinamenti produttivi del territorio del GAL riflettono la complessità del paesaggio alternando per fasce altimetriche le superfici olivetate, che rappresentano il 32,2% della SAU, a sparse aree destinate alla vite (5,5% della SAU), fino ad arrivare nell'interno ad estensioni boscate di grande pregio ambientale e produttivo, con riferimento alla castanicoltura da frutto, che interessa oltre 1.500 ha per 20.000 q.li di prodotto annuo. Tutto il territorio del GAL ricade in aree DOP per l'olio: Extravergine Cilento nella parte prossima alla costa ed Extravergine Colline Salernitane per l'area più interna, della DOC Cilento per il vino e della DOP Caciocavallo Silano. Inoltre, è incluso in parte nel Distretto di Filiera - PIF Olio Distretto di Filiera – PIF Latte. Il comune di Vallo della Lucania nel Distretto di Filiera – PIF Fiori e il Comune di Omignano nel Distretto di Filiera – PIF Fiori e PIF – Ortive.

L'artigianato, che spesso ha proceduto di pari passo con l'agricoltura, conta su una base produttiva di 1.836 aziende e 3.533 addetti.

Il settore terziario, che occupa il 49% degli attivi, è essenzialmente legato alla erogazione di servizi primari o alla pubblica amministrazione. Nelle aree interne, le attività prevalenti, legate al commercio all'ingrosso e al dettaglio, data la bassa densità abitativa, sono scarsamente remunerative e con scarsa propensione ad innovare.

Diverso, ma non meno problematico è il discorso per il turismo costiero che, con oltre 4,5 milioni di presenze e 440.719 arrivi, vive un turismo stagionale di per sé insostenibile e da riqualificare sia nella domanda che nell'offerta. L'agriturismo, in forte crescita, propone

delle punte di eccellenza che, affiancando alla produzione agroalimentare di qualità strutture di servizio alla fruizione del territorio, riescono ad affrontare il mercato trattenendo sul territorio quote sempre più rilevanti di reddito.

In definitiva, la complessità del territorio del GAL CASACASTRA e i vincoli allo sviluppo - inteso in senso classico - che gli derivano dall'essere area protetta, diventano fattori critici di successo quando l'impresa si muove verso la costruzione di filiere territoriali capaci di incorporare il valore aggiunto legato alla qualità dell'ambiente, della cultura e delle produzioni tradizionali: allora l'insieme diventa più della somma delle singole parti, nella logica di integrazione che connota le linee di indirizzo dei PIF e dei PIAR del POR Campania 2000- 2006 e nel rispetto della filosofia che ispira il nuovo regolamento sullo sviluppo rurale (Reg. 1257/99), come recepita nel Piano di Sviluppo Rurale della Regione (maggio 2001).

L'area si caratterizza come sistema ambientale e culturale di elevato pregio all'interno del quale, tuttavia, persistono situazioni di diffusa arretratezza e disagio. La struttura economica, penalizzata peraltro dalla lontananza dai mercati di sbocco dei prodotti e dalla dispersione delle imprese sul territorio, presenta caratteristiche di scarsa evoluzione, elementare organizzazione, scarsa propensione innovativa e pressoché inesistente integrazione tra i comparti produttivi. Il settore primario conserva un peso notevole in ragione dell'assenza di attività alternative; mentre il terziario, pur esprimendo la quota prevalente di occupazione, è rivolto prevalentemente al soddisfacimento dei bisogni primari.

All'abbandono generalizzato delle campagne non ha fatto seguito l'adozione di un nuovo modello di sviluppo, né l'implementazione di strategie di programmazione che puntassero sull'integrazione e sulla valorizzazione delle risorse esistenti. Di conseguenza, l'economia loca le è rimasta legata a modelli di sussistenza senza essere in grado di individuare percorsi di sviluppo autopropulsivo.

	Punti di debolezza	Punti di forza	Minacce	Opportunità
Risorse umane	Alti tassi di invecchiamento e di dipendenza Scarsa cultura imprenditoriale	Coesione sociale Patrimonio culturale e tradizione locale	Persistente tendenza allo spopolamento Sovraccarico assistenziale	Valorizzazione della forza lavoro presente
Occupazione	Insostenibili tassi di disoccupazione ed inoccupazione Elevata disoccupazione femminile Riduzione occupati in agricoltura	Disponibilità di forza lavoro	Fuga dai lavori tradizionali	Aumento occupati nel terziario
Sistema produttivo	Scarsa capacità innovativa Assenza di reti Scarsa capacità finanziaria Eccessiva settorializzazione	Scarsa pressione criminalità organizzata	Perdita competitività Riduzione sostegno PAC	Tipicità locali Potenziale integrazione fra le risorse territoriali Presenza di due distretti turistici potenziali
Infrastrutture e servizi	Rete infrastutturale debole e inefficiente Servizi alle persone inesistenti		Impoverimento del territorio Degrado ambientale	Potenziale diffusione ICT Potenziamento delle reti
Ambiente	Presenza di aree a rischio di dissesto idrogeologico	Ricchezza di aree protette e di habitat di rilevante interesse naturalistico e grande pregio ambientale	Eccesso di pressione antropica determinata da flussi turistici estivi incontrollati lungo la costa Dissesto idrogeologico e abbandono dell'interno	Valorizzazione integrata delle risorse naturali Diffusione agricoltura biologica Diffusione pratiche di sviluppo sostenibile

Fonte: PSL Casacastra

Il contesto organizzativo

La costituzione del GAL Casacastra è stata avviata, all'inizio del 2002, ad iniziativa della Comunità Montana Lambro e Mingardo, capofila dell'accordo di programma stipulato con la Comunità Montana Alento e Monte Stella e con il GAL Cadispa, già operante nella fase Leader II. Successivamente, in seguito alla riapertura del bando pubblicato dalla Regione Campania il 4 agosto 2003, hanno aderito le Comunità Montane del Bussento e del Gelbison e Cervati, il GAL Bussento, l'EPT di Salerno, la BCC dei Comuni Cilentani ed hanno chiesto di aderire il WWF Italia e la Comunità Montana del Calore Salernitano e il GAL Cilento anche se per motivi contingenti non hanno previsto impegno di spesa.

Oltre agli enti pubblici, all'ASL SA3, al Consorzio CO.RI.SA 4, al Distretto Scolastico n. 58, all'Istituto comprensivo di Pollica che partecipano al GAL e che, come tali, seguono il governo del territorio, sono numerosi i soci privati. In particolare:

- Il Consorzio Formambiente: nato con l'obiettivo di contribuire al rinnovamento strutturale, culturale e gestionale della Pubblica Amministrazione attraverso un'azione di governo orientata ai principi della sostenibilità ambientale.
- Il GAL Cadispa: costituito nell'agosto 1999 in seguito alla trasformazione dell'omonima associazione in consorzio semplice. Fra i soci c'è la BCC di Capaccio.
- Il Gal Bussento: beneficiario dei fondi PIC Leader II - seconda fase;
- La Federazione Provinciale Coltivatori diretti di Salerno.
- La Lega delle Cooperative di Salerno;
- Il CPO, consorzio degli olivicoltori.

Il contesto di programmazione

Il tema catalizzatore del PSL è stato individuato, sulla scorta dell'analisi swot, integrando i punti di forza e le opportunità emerse.

La scelta è motivata dall'esigenza di prospettare un intervento orientato al futuro: solo grazie alla disponibilità dei giovani - molti dei quali oggi soffrono a causa di un persistente stato di inoccupazione - ad impegnarsi in nuove attività produttive potrà essere avviata sul territorio un'opera di valorizzazione delle risorse naturali e culturali che, partendo dalla condizione di fatto, possa pervenire ad elaborare un modello di crescita durevole senza alterare l'equilibrio di un territorio ad alto pregio ambientale ma di grande fragilità. Di conseguenza il PSL è costruito intorno a due dei temi catalizzatori indicati dal PLR:

- tema n. 4: valorizzazione delle risorse naturali e culturali, compresa la valorizzazione dei Siti di Interesse Comunitario NATURA 2000;
- tema n. 5: creazione di nuove attività produttive in sistemi marginali rurali.

L'integrazione fra i due temi catalizzatori si attua nella costruzione di una "infrastruttura immateriale" che, a sua volta, avviene attraverso:

- l'individuazione di attività produttive, necessariamente aderenti ai modelli dello sviluppo sostenibile;
- la creazione delle condizioni ambientali per coinvolgere le giovani generazioni in un progetto di sviluppo locale.

Il presente progetto racchiude e sintetizza i due temi catalizzatori, creando una rete immateriale di relazione tra vari attori dello sviluppo locale, basato sui giovani, capace di creare azioni di sistema e di struttura, con il fine ultimo di favorire la fruizione sostenibile delle risorse del territorio, compreso il turismo.

L'idea di base dell'iniziativa prende spunto dalle prime ricerche scientifiche condotte negli anni '50 ad Acciaroli sulla caratterizzazione ed i benefici della dieta mediterranea. Su questa linea è stato quindi previsto di tracciare un percorso che abbia come finalità la valorizzazione dei prodotti della zona attraverso la loro riscoperta, il recupero della biodiversità, la conoscenza, la sensibilizzazione e la diffusione.

L'idea di per se non è innovativa. L'innovazione risiede principalmente nelle tematiche affrontate nei percorsi formativi, nella metodologia formativa e negli strumenti utilizzati per la formazione. Infatti, oltre alla didattica presso la fattoria, è prevista la formazione dei docenti e l'introduzione delle tematiche legate ai cicli naturali e produttivi nei programmi svolti nelle scuole. Inoltre, occorre sottolineare che la fattoria didattica non è parte di un pacchetto turistico, finalizzato direttamente alla diversificazione dell'offerta e dei servizi per i turisti, ma rappresenta un'attività sociale e non lucrativa che crea conoscenza del territorio, dei cicli naturali e produttivi che si svolgono in esso, con ricadute positive su forme sostenibili, consapevoli e maggiormente qualificate di turismo.

1.2 Gli obiettivi dell'iniziativa

L'iniziativa è contenuta nella Misura – 4 del PSL "Valorizzazione delle risorse naturali e culturali", il cui obiettivo generale è quello di "Sostenere lo sviluppo dei distretti turistici locali promuovendo e qualificando l'offerta turistica e migliorando la qualità della vita delle popolazioni locali.

In una ottica di programmazione "a cascata", si può considerare che l'obiettivo specifico della misura 4 "Valorizzare le risorse naturali e culturali e rafforzare il senso di identità delle popolazioni locali" sia l'obiettivo generale della presente iniziativa.

L'obiettivo specifico dell'iniziativa è quindi quello di valorizzare e rendere fruibili in forma integrata le produzioni biologiche del comprensorio del Monte Stella. In particolare, mediante la fattoria didattica si mira a promuovere la formazione e l'informazione all'esterno ed all'interno dell'area. L'attività prevede la realizzazione e l'allestimento di sentieri ed itinerari tematici, per l'educazione ambientale e per la fruizione integrata delle risorse territoriali.

Con il programma in generale e con questa iniziativa in particolare, si cercano di affrontare i problemi legati al turismo, non da un ottica della ricettività, ma della produzione. Ed in particolare nel cercare di aumentare la produzione, ma con attenzione sulla qualità, intesa sia per i prodotti (prodotti tipici, recupero della biodiversità, recupero delle tradizioni) sia per i processi (sistemi di agricoltura biologica, uso di energie alternative, filiere corte, chiusura del ciclo dei rifiuti), in un'ottica di sicurezza alimentare e di sostenibilità. Per questo è importante innanzitutto puntare sulla popolazione locale per poi aprirsi al turismo ed alla diffusione dei prodotti in altri territori.

1.3 I soggetti coinvolti

Il progetto, presentato dall'Associazione Socio-Culturale "Raffaele Tortora", è stato realizzato in partenariato con la Cooperativa "Nuovo Cilento" di San Mauro Cilento, con il Consorzio per lo Saltimento dei Rifiuti SA/4 (CO.RI.SA. 4) di Vallo della Lucania, con la Cooperativa Francesco Paolo Ianni di Castellabate e con l'Agriturismo "Monaco" di San Mauro Cilento.

La sede fisica della Fattoria Didattica è presso la Cooperativa "Nuovo Cilento" di San Mauro Cilento attraverso un Protocollo d'Intesa per la messa a disposizione della struttura che già dispone di alcune strutture idonee allo svolgimento dei percorsi didattici (biofattoria didattica Ape Polly) che saranno ampliate con quelle finanziate dal programma. Inoltre il progetto è inserito in un percorso già iniziato con il Leader II in cui è stato finanziato, presso la cooperativa, un laboratorio gastronomico che ha generato alcuni nuovi posti di lavoro stabile.

L'iniziativa è stata promossa principalmente su impulso del prof. Giuseppe Cilento, con il doppio ruolo sia di docente che di presidente della Cooperativa "Nuovo Cilento", il quale ha avuto tra l'altro un ruolo determinante per il passaggio dalla fase concettuale a quella operativa.

Il partenariato si è costituito per rispondere al bando del GAL. Questo prevedeva come beneficiari/ titolari soggetti pubblici o associazioni non lucrative. Le componenti più attive all'interno della Cooperativa "Nuovo Cilento" e dell'Associazione Raffaele Tortora vengono dal mondo della scuola, con relazioni solide e già collaudate. In questo modo è stato possibile legare i percorsi didattici della fattoria alle necessità formative ai vari livelli (docenti, studenti elementari, scuole medie e superiori). Ciò ha anche indubbiamente facilitato il dialogo con gli istituti didattici.

La forza dell'iniziativa risede principalmente nella forte leadership della Cooperativa Nuovo Cilento che rappresenta l più grande produttore italiano di olio biologico e vanta, inoltre, una produzione rinomata del pregiato fico bianco del Cilento. Oltre ad operare al suo interno la biofattoria didattica Ape Polly, la cooperativa è beneficiaria di un sostegno nell'ambito del programma LIFE per la separazione delle frazioni umida e secca delle sanse e la produzione di fertilizzante organico pronto per il reimpiego in azienda (in collaborazione con il CNR di Perugia e l'ARSIA Toscana). Il ristorante e il punto vendita della cooperativa hanno permesso di dare uno sbocco a prodotti che si sarebbero altrimenti persi per l'assenza di un mercato. Ciò ha permesso di investire, con il coinvolgimento dei piccoli produttori, nella produzione di specie vegetali tipiche della zona a rischio di estinzione, permettendo così la conservazione del germoplasma e la moltiplicazione. La cooperativa è inoltre molto attiva nella ricerca e nell'applicazione di innovazione, come nel caso dell'utilizzo dei pannelli fotovoltaici per la produzione di energia e della produzione ed utilizzazione di nocciolino dalle sanse per scopi energetici.

Proprio a fronte della forza della cooperativa e del suo radicamento nel territorio, le maggiori difficoltà incontrate nella formazione del partenariato risiedono proprio nella definizione dei ruoli e delle competenze tra i principali attori. Per questo motivo, in attuazione è stato fondamentale stabilire con precisione compiti e ruoli: assegnando in particolare al capofila le attività legate al ciclo dei rifiuti, che è comune a tutto il ciclo di produzione, recuperando così la leadership dell'associazione.

2. DALL'IDEAZIONE ALL'ATTUAZIONE

Per passare dall'idea al progetto è stata importante la fase di concertazione sul territorio sviluppatasi per la costituzione stessa del GAL (come detto, 3 GAL del Leader II si sono fusi tra loro). In questa fase si è resa necessaria una presa di responsabilità da parte del mondo della scuola, che si è attivato attorno al tema forte e molto sentito delle produzioni biologiche. Il ruolo del GAL è stato quello di favorire l'avvicinamento tra il mondo della scuola e quello della produzione e di creare una sintesi tra le diverse finalità.

Le fasi di attuazione del progetto sono state caratterizzate da una notevole rapidità, a causa dei tempi strettissimi. Il bando per l'assegnazione dei fondi è uscito nel giugno 2004. Sono pervenute al GAL due domande. La fase istruttoria si è conclusa nel mese di agosto dello stesso anno, con l'approvazione della presente iniziativa. Nello stesso mese di agosto è partita la fase realizzativa che si è conclusa nel mese di dicembre.

Il problema maggiore nell'attuazione è stato rappresentato dalla fretta di dover concludere il ciclo del progetto in tempi ristretti. La cooperativa, con la sua struttura e le sue competenze ha permesso di far fronte alla continua emergenza e alla scarsità di tempo.

3. I RISULTATI DELL'INIZIATIVA

L'iniziativa è stata realizzata fisicamente presso l'esistente Fattoria Didattica Ape Polly all'interno della Cooperativa "Nuovo Cilento" di San Mauro Cilento che già dispone di un'infrastruttura dedicata e di percorsi didattici.

Con l'adesione al programma è stato creato, con una struttura prefabbricata in legno, un laboratorio didattico destinato ad approfondire:

- la conoscenza delle erbe officinali e della trasformazione in oli essenziali per realizzare saponi, candele e cosmetici;
- la conoscenza delle tematiche legate alla biodiversità vegetale da parte di una popolazione prevalentemente scolastica.

Il laboratorio, inoltre, è stato dotato di varie attrezzature e strumenti grazie alle quali i giovani potranno acquisire conoscenze specifiche e soprattutto operatività nel campo della trasformazione dei prodotti agricoli (forbici, seghetti, coltelli, un essiccatoio per laboratorio, contenitori per erbe officinali, 4 stereoscopi didattici, 1 stereoscopio professionale).

Accanto al laboratorio è stato costruito un tunnel per l'essiccazione dei fichi e delle erbe officinali, attraverso il quale i ragazzi potranno osservare le metodologie relative ad una corretta esecuzione dei procedimenti. Tale constatazione sarà possibile attraverso l'osservazione del materiale essiccato e attraverso la valutazione di alcuni parametri come il colore delle foglie e la consistenza dei frutti.

All'interno del laboratorio è stata allestita una mini biblioteca specializzata in agricoltura, che permetterà ai giovani di approfondire le conoscenze sulla natura e sulla flora e fauna locali, come elemento di base per i percorsi sulla biodiversità.

Le attrezzature fornite hanno permesso di integrare e perfezionare i vari percorsi formativi, rendendoli rispondenti sia alla domanda formativa, sia alla metodologia utilizzata. Le tappe principali di tali percorsi sono le seguenti:

- il giardino dei colori e dei profumi, dove si trovano le principali specie aromatiche e officinali, i loro sistemi di coltivazione e di difesa, con la finalità, attraverso l'osservazione, la classificazione, la ricerca, la raccolta dei reperti e la loro trasformazione, di riscoprire l'importanza delle erbe officinali nella storia della medicina, rivalutando così la medicina naturale;
- i ricoveri per varie coppie di animali da cortile, per permettere ai giovani e ai bambini di osservare e giocare con gli animali e, quando è possibile, partecipare anche al loro "governo";
- le arnie didattiche in cui si analizza la loro importanza per l'impollinazione, la produzione e la biodiversità.
- il percorso naturale che porta all'agriturismo "Monaco", attraverso la cosiddetta "Terra dei Monaci" (così chiamata poiché la coltivazione degli ulivi in questo territorio risale ai monaci benedettini del XII secolo, la cui tradizione è stata tramandata fino ai nostri giorni) in cui si prende coscienza diretta delle pratiche dell'agricoltura biologica attraverso il rispetto della natura e dei suoi cicli. Lungo il percorso sono state impiantate tabelle e staccionate ed è stata realizzata una cartellonistica didattica.
- come complemento a quest'ultimo aspetto, è stata realizzata una stazione di compostaggio, utile strumento per comprendere la necessità della raccolta differenziata dei rifiuti e per la produzione del compost, utilizzato come fertilizzante, soprattutto nelle aziende biologiche. In tale contesto, l'Associazione Raffaele Tortora ha realizzato, assieme al CORISA 4, partner del progetto, una campagna di sensibilizzazione sul compostaggio domestico, destinato sia alle scuole che agli agriturismi e alla cittadinanza del Cilento.
- il percorso didattico sull'olio extravergine di oliva, della durata di due settimane che si svolge presso la sala panel della Fattoria Didattica per quanto riguarda la parte teorica e le prove di assaggio, e presso gli olivicoltori della zona per la parte pratica (innesto, potatura, ecc.). Tale percorso vuole promuovere la conoscenza delle diverse caratteristiche dell'olio, secondo quanto espressamente richiesto dal bando del programma.

Dal punto di vista metodologico, va sottolineato che i vari percorsi didattici privilegiano l'esperienza sensoriale, emotiva, ludica attraverso momenti interattivi di gruppi ed individuali a stretto contatto con la natura, le piante e gli animali.

Uno dei principali risultati ottenuti dal progetto risiede nell'esistenza di un polo di attrazione produttivo-educativo-culturale multifunzionale, in collegamento con il museo della dieta mediterranea di Pollica. A conferma di ciò, sarà a breve realizzato un nuovo progetto denominato "Il nido dell'olio" presentato dal comune di Pollica che rappresenta una diretta continuazione della presente iniziativa e del percorso già intrapreso.

Con le attività finanziate con il Leader Plus, è stato quindi possibile incrementare significativamente le iniziative della fattoria didattica, migliorandone nel contempo la fruibilità e l'integrazione con il territorio. L'iniziativa ha quindi permesso, a tutt'oggi, la realizzazione di 70 corsi e/o eventi didattici, che hanno visto la partecipazione di 1.850 studenti ed il coinvolgimento di 40 scuole della zona.

4. ANALISI DELLA BUONA PRATICA

- l'ideazione e l'elaborazione del progetto sono avvenute mediante un processo dal basso da parte di un gruppo di soggetti pubblici (Istituti didattici e CO.RI.SA), privati (cooperative agricole) ed il terzo settore (Associazione Raffaele Tortora), coinvolti nel raggiungimento di un obiettivo comune;
- la realizzazione del progetto è stata efficiente ed efficace, dovuto sicuramente alle forti motivazioni dei due enti promotori (Associazione Raffaele Tortora e Cooperativa Nuovo Cilento), alla forza della partnership e, soprattutto alla capacità di coinvolgimento del mondo della scuola;
- la metodologia utilizzata si è rivelata appropriata, puntando sia sull'educazione dei maestri per l'adozione dei programmi sviluppati dalla fattoria didattica nei programmi scolastici, sia su attività didattiche presso la fattoria. Lo scopo finale è di formare gli adulti attraverso la formazione dei ragazzi.
- il modello formativo è certamente innovativo poiché si basa sulle moderne tecniche didattiche sull'intelligenza emotiva e sulla percezione, mentre, riguardo ai contenuti, affronta temi di grande attualità scientifica e pratica riguardanti i corridoi ecologici e la biodiversità;
- il progetto è sostenibile in quanto c'è la capacità della cooperativa di accedere a forme diversificate di finanziamento per il potenziamento dell'iniziativa, così come esiste la volontà del settore pubblico (comune di Pollica) di continuare il percorso iniziato con la promozione di nuovi progetti ("Il nido dell'olio"). Le competenze che si sono sviluppate e consolidate nel tempo all'interno della cooperativa sono una garanzia di sostenibilità dell'iniziativa.
- il progetto è replicabile nella misura in cui si identifichino soggetti beneficiari che racchiudano l'aspetto produttivo e didattico, ma capaci di fornire un alto livello qualitativo dell'offerta didattica e che questa sia fruibile dal territorio, prima ancora che dai turisti.
- tra gli effetti individuati c'è una fiducia generata a livello degli attori pubblici locali sulla bontà della strategia adottata e sulla necessità di replicarla in futuro.
- l'iniziativa ha consentito l'integrazione tra il livello materiale (investimenti e produzione) ed immateriale (formazione). In futuro occorrerà potenziare al massimo tale approccio che si regge grazie ad una solida base produttiva, coniugata con l'aspetto immateriale (promozione e territorio).
- l'esistenza di una cooperativa fortemente radicata sul territorio e vocata all'innovazione (progetto LIFE, pannelli fotovoltaici, compostaggio, ecc.) assicura la volontà di investire per il futuro.

Caratteri del LEADER	Declinazione dei caratteri
Approccio territoriale	· l'iniziativa è fortemente legata al territorio, alla sua storia, alla qualità dei suoi prodotti. Ha attivato un circuito didattico con la partecipazione di numerosi attori dello sviluppo locale
Approccio dal basso	· tutti i percorsi formativi sono stabiliti attraverso un processo di dialogo dal basso con i docenti
Partnership	· forte partnership costituita intorno all'iniziativa, coinvolgendo il settore privato, quello pubblico e l'associazionismo no-profit
Innovazione	· il modello formativo ed i contenuti formativi sono innovativi · i processi all'interno della fattoria didattica sono innovativi · affronta i problemi legati al turismo dall'ottica della produzione, con attenzione sulla qualità di processo e di prodotto
Integrazione	· integrazione di soggetti partecipanti all'iniziativa e presenti nel GAL · forte integrazione tra il livello materiale (investimenti e produzione) ed immateriale (formazione)

	Soluzioni istituzionali/sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Analisi del metodo seguito			
Qualità	Approccio dal basso nell'ideazione e nella formulazione del progetto	Le persone chiave della partnership lavorano nel mondo della scuola.	Fattoria didattica esistente e già operante sul territorio Docenza di alto livello Percorsi dedicati sia a studenti di ogni ordine e grado, sia a gruppi per il turismo culturale
Innovazione		La partnership coinvolge il settore privato, quello pubblico e il terzo settore	Il modello formativo si basa sulle moderne tecniche didattiche sull'intelligenza emotiva e sulla percezione I contenuti, affrontano temi di attualità scientifica e pratica
Integrazione	Il Consorzio CO.RI.SA 4, il Distretto Scolastico n. 58, e l'Istituto comprensivo di Pollica, partecipano al GAL		Il progetto di formazione è fortemente integrato con gli aspetti della produzione e del territorio (cultura, storia, ecc.)
Analisi dei risultati			
Misurabilità-efficacia			
Sostenibilità	Continuazione del percorso iniziato con il progetto "Il nido dell'olio" promosso dal Comune di Pollica	Solidità ed autorevolezza dei soggetti partecipanti all'iniziativa Capacità della cooperativa di partecipare a iniziative di ricerca e sviluppo per l'innovazione	Le competenze che si sono sviluppate nella cooperativa sono una garanzia di sostenibilità. Legame tra il progetto e le attività economiche del territorio Partecipazione dei giovani
Aree di cambiamento	Il successo ottenuto ha generato fiducia a livello degli attori pubblici locali		
Trasferibilità			
Analisi di contesto			
Contaminazione con altri strumenti di politica			La cooperativa ha già partecipato al Leader II Programma LIFE
Utilizzo in altri settori			

REALIZZAZIONE DELLE RETI TEMATICHE

Regione – GAL	**Puglia – Terra d'Arneo**
Settore	Sistema produttivo - Servizi
Costo	Contributo LEADER+ € 64.781
Data avvio lavori	Maggio 2005

L'intervento rappresenta il momento di attuazione di uno degli obiettivi più importanti del PSL "Cultura, tradizioni e natura della Terra d'Arneo", che punta ad organizzare le produzioni del territorio in un sistema integrato di reti tematiche, attraverso l'individuazione e dalla messa in atto di strategie comuni fra le imprese locali. Esso mira quindi alla costituzione di strutture che serviranno sia a sviluppare concrete attività comuni di impresa e per consentire alle stesse il migliore accesso al mercato[1].

La costituzione di reti di aziende sul territorio può creare quelle che vengono definite le cosiddette "increspature" di un territorio originariamente piatto e consentire il raggiungimento della sufficiente massa critica per migliorare il livello di progettualità delle imprese e per assicurare il maggiore impatto di tutte le iniziative di sviluppo, superando nel contempo le resistenze storiche all'organizzazione da parte di più soggetti.

L'intervento è nuovo e innovativo, sebbene alcuni interventi in beneficio di singole aziende all'interno delle reti siano stati realizzati durante il Leader II.

L'iniziativa ha permesso la costituzione di 2 reti tematiche:

- Rete del turismo rurale, con 22 aziende coinvolte.
- Rete dell'artigianato e dei prodotti tipici con 30 aziende coinvolte.

Le due reti, oltre ad aver realizzato iniziative finalizzate al loro consolidamento e funzionamento, hanno realizzato anche iniziative promozionali in comune, come primo passo per la creazione di quel "Distretto di Terra d'Arneo" della tipicità e delle tradizioni, che rappresenta l'obiettivo specifico comune a tutte la azioni del PSL.

1. LA NASCITA DELL'INIZIATIVA

1.1 Il contesto di riferimento e le motivazioni

Il contesto territoriale ed economico

L'area interessata dal PLS si colloca nella parte nord-ovest della provincia di Lecce, ai confini con le province di Taranto e Brindisi, ed è costituita dai comuni di Guagnano, Nardò, Salice Salentino, Veglie e Porto Cesareo, per una superficie totale di 383,29 km . Il territorio dei cinque comuni si estende dalla costa ionica, che lo interessa per una lunghezza di circa 30 km, fino a una distanza massima all'interno di circa 25 km ed è totalmente pianeggiante.

La geografia dell'Arneo non si presenta con caratteri fisici ben definiti. Come si vedrà in seguito, all'incerta geografia corrisponde, invece, una forte caratterizzazione delle componenti naturalistiche e ambientali, nonché una spiccata omogeneità culturale, agricola e dei relativi sistemi insediativi dell'habitat rurale.

Alla data di riferimento del 31 dicembre 1999 la popolazione dell'area risultava pari a 65.586 abitanti, come risultato di un incremento demografico intervenuto fra il 1991 e il 1999 (con il solo comune di Guagnano in controtendenza rispetto alla media). La dinamica demografica in atto, pur presentando un saldo positivo, risulta comunque di valore ben inferiore a quella complessiva della regione (capoluoghi di provincia esclusi) ed è sostanzialmente dovuta a un andamento positivo dei tassi di natalità che valgono a compensare e a superare, sia pur di poco, i saldi netti negativi dovuti ai fenomeni di emigrazione ancora presenti nel comprensorio.

[1] Il caso studio è stato redatto da Filippo Gotti. Per la sua realizzazione sono stati intervistati Tommaso Marsano (Consulente GAL Terra d'Arneo), Angelo Metrangolo (Animatore GAL Terra d'Arneo), Giovanni Rizzo (Rappresentante Legale Associazione d'Arneo Prodotti Tipici del Salento), Antonio Costantini (Rappresentante Legale Associazione Salento Terra d'Arneo), nel mese di gennaio 2008. Tutte le informazioni presenti nel caso studio sono state ricavate dalle interviste dirette, dal sito Internet del GAL Terra d'Arneo (http://www.terradarneo.it/) e dal Piano di Sviluppo Locale "Cultura, tradizioni e natura della Terra d'Arneo".

Il tasso di attività della popolazione del comprensorio supera di poco il 40 (a fronte di circa 39% a livello regionale). Ciò si deve principalmente alla diffusione della piccola e piccolissima impresa manifatturiera e, ancor di più, alla ancora forte incidenza delle attività agricole.

La struttura delle imprese si sostanzia in un parco di 3.477 unità locali distribuite nei vari settori della produzione e dei servizi e oltre 12.000 addetti, registrando una crescita rispetto al precedente censimento intermedio (in misura lieve per quanto riguarda le imprese, in maniera più netta per quanto riguarda il numero degli addetti), dovuto sia a dinamiche positive del sistema locale, sia all'emersione del lavoro nero. Tuttavia, se si analizza il settore manifatturiero, il quadro appare meno positivo, poiché accanto a una relativamente buona diffusione della rete di imprese, anche superiore a quella del resto della regione, queste appartengono pur sempre alla piccolissima dimensione. Le 502 unità locali del settore (censimento intermedio dell'industria del 1996), rappresentano un aggregato pulviscolare di molteplici attività legate quasi sempre, ad eccezione di alcune peculiarità del settore del vino e dell'olio, a una dimensione di mercato spesso poco più che locale o alla lavorazione a façon e in contoterzismo nel settore dell'abbigliamento. All'interno del settore manifatturiero, il comparto agro-alimentare assume un rilievo del tutto particolare, sebbene la struttura della trasformazione non colga tutte le potenzialità del territorio. Accanto alla forte presenza di strutture per la lavorazione dell'olio e del vino, risultano ancora scarsamente presenti quelle dedicate alle attività del comparto lattiero-caseario e soprattutto quasi inesistenti quelle destinate alla lavorazione di ortaggi e frutta. Con una discreta diffusione e con buone potenzialità di sviluppo si rivela la lavorazione di prodotti da forno di vario tipo (pane, biscotti, produzioni di frise, taralli, pasta fresca, ecc.).

Il comprensorio è presente sul mercato del turismo con i poli di Porto Cesareo e di Nardò (26.000 arrivi per oltre 180.000 giornate di presenza nel 2000). Malgrado ciò rappresenti poco meno del 7% del flusso turistico totale della provincia di Lecce, tuttavia testimonia di un potenziale turistico confermato da un indice di permanenza media nell'area superiore alla media provinciale e da un'alta incidenza della componente straniera (17% del totale in termini di arrivi e il 18 % in termini di presenze). I dati di maggiore debolezza del settore sono rappresentati dalla ricettività, con una disponibilità media di posti letto per struttura alberghiera inferiore ai 53 posti letto per unità e da una netta prevalenza della ricettività costiera rispetto alle attività agrituristiche collocate nelle aree più interne.

Il patrimonio naturale del comprensorio comprende numerosi siti di alto valore paesaggistico e di grande interesse naturalistico alcuni dei quali riconosciuti con appositi provvedimenti istitutivi come "Parchi naturali" e "Aree S.I.C." (Area marina protetta di Porto Cesareo, Parco Regionale Naturale di Portoselvaggio, Palude del Capitano, Palude del Conte e Dune costiere, Carsismo costiero "Le Spunnulate, Pineta dell'Arneo, Macchie di Arneo).

Nella seguente tabella è riportata l'analisi SWOT relativa agli aspetti esaminati in precedenza:

	Punti di forza	Punti di debolezza	Minacce	Opportunità
Popolazione, occupazione e mercato del lavoro	Sostanziale stabilità della popolazione Senso di appartenenza alla Terra D'Arneo diffuso fra la popolazione	Invecchiamento della popolazione Presenza di problemi sociali rilevanti (drop-out scolastico, criminalità e devianza giovanile) Alto tasso di occupazione precaria femminile in agricoltura Alto tasso di impiego nel settore agricolo con bassi redditi e stagionalità occupazionale Indici di disoccupazione superiori alla media delle aree rurali regionali	Calo indice di natalità e aumento dell'emigrazione con depauperamento delle risorse umane dell'area	Presenza di risorse umane con elevata scolarizzazione Tendenza alla crescita della "domanda sociale" di sviluppo Presenza di realtà aggregative degli enti locali
Struttura economica	Buona diffusione del settore manifatturiero sia pure di piccolissime dimensioni Larga diffusione delle strutture di trasformazione dei prodotti agricoli prevalenti (olio, vino) Micro-imprenditorialità diffusa	Dimensione aziendale insufficiente, specie nel settore manifatturiero Bassa dotazione di servizi alle imprese e al mercato Assenza di specializzazioni e di sistemi locali Sottocapitalizzazione delle imprese manifatturiere Scarso grado di apertura ai mercati esterni Insufficienza delle politiche di mercato Artigianato tipico manca di identità	Assenza di sbocchi di mercato adeguati per l'artigianato tipico	Sinergia fra settori economici diversi (cultura-turismo, servizi-turismo, artigianato-turismo) Sviluppo di mercati di nicchia per produzioni artigianali di qualità
Turismo	Capacità attrattiva della zona costiera Buon livello di presenza del turismo, nazionale e straniero Buona diffusione di strutture ricettive lungo la costa Patrimonio storico e naturalistico di valore	Offerta alberghiera concentrata zona costiera Piccola dimensione delle strutture alberghiere Turismo rurale nei comuni dell'interno poco diffuso Offerta ricettiva scarsamente diversificata Collegamenti difficili (rete viaria, ferrovia e via aerea) Sistemi gestionali e di marketing inadeguati	Concorrenza di altre aree nella stessa regione Perdita di qualità e di identità del paesaggio rurale con conseguente scarsa possibilità di creare forme di turismo alternative o complementari a quelle costiere	Messa a sistema aree naturalistiche e protette Aumento della domanda di turismo rurale Integrazione fra turismo, qualità del paesaggio rurale, valori natruralistici Valorizzazione del centro storico di Nardò
Ambiente	Presenza di due parchi naturali Presenza di due aree SIC e di numerose aree a forte valenza ambientale Elevato grado di biodiversità Buon livello qualitativo dei parametri ambientali	Assenza di una politica organica e complessiva di gestione del territorio Diffuso abusivismo edilizio particolarmente lungo le aree costiere Salinizzazione delle acque di falda dovuto ad eccessivo sfruttamento	Attività agricole ad alto uso di fertilizzanti e prodotti fitosanitari Fragilità delle aree costiere sottoposte a crescenti carichi antropici Progressivo degrado delle aree a macchia mediterranea per impieghi agricoli Presenza di discariche abusive nelle aree naturali Incendi dolosi diffusi nelle aree ad alto valore ambientale	Progressiva diffusione di politiche a tutela dell'ambiente e delle risorse naturali Elevata qualità del paesaggio da utilizzare come leva dello sviluppo Presenza di 2 Agende 21 locali Aumento della domanda di turismo naturalistico Programma di riqualificazione delle dune costiere dell'area SIC "Palude del Capitano"

Il contesto organizzativo

La composizione del capitale sociale del GAL Terra d'Arneo è la seguente:

- Capitale sociale 95.000 Euro;
- Quota pubblica 35% pari a 33.250 Euro;
- Quota privata 65% pari a 61.750 Euro.

L'attuale struttura organizzativa ha ereditato un'esperienza positiva rappresentata da quanto realizzato col Leader II e costituito in prevalenza da stati micro-interventi diffusi su un territorio più esteso di quello attuale (8 comuni con circa 75.000 abitanti) e rispondenti a 2 obiettivi:

- Pervadere il territorio
- Disegnare gli interventi in modo da beneficiare soggetti generalmente esclusi da altri fondi pubblici.

Ciò è stato sostanzialmente raggiunto, attraverso numerosi interventi aventi come soggetti beneficiari le singole aziende.

Il Leader Plus ha ereditato questa impostazione originaria di micro-interventi diffusi sul territorio ma si è posto il problema di fare un ulteriore passo in avanti, nel senso di costituire quella massa critica che consenta di incidere profondamente sull'economia del territorio, in particolare per quanto riguarda il mercato dei prodotti. Con la nuova programmazione ci si è quindi posto l'obiettivo di organizzare le imprese e creare le cosiddette "increspature" di un territorio originariamente piatto (in senso figurato e non). Poiché mettere insieme le persone è un'impresa difficile ovunque (ma in questo territorio, storicamente, lo è ancor di più), si è pensato di creare aggregazioni di soggetti secondo temi comuni (cluster) e poi di aggregare i gruppi tra loro.

Il contesto di programmazione

Attualmente il GAL è costituito da 5 comuni per circa 70.000 abitanti. Il territorio è caratterizzato da centri abitati, se si eccettua Nardò, senza centri storici di valore e con un patrimonio culturale poco conosciuto e altamente disperso. Gran parte dell'area è originariamente zona di riforma agraria. Esiste quindi il problema di dare una precisa identità al territorio dell'Arneo, anche se la qualità del cibo e in particolare del vino rappresentano valori riconosciuti.

L'analisi del territorio nelle sue varie componenti sociali, economiche e storico-paesaggistiche ha evidenziato una profonda unitarietà e omogeneità del comprensorio identificato come Terra d'Arneo. Questa unitarietà riguarda anche i fattori evidenziati nell'analisi SWOT riportata in precedenza.

L'insieme di tali componenti e contenuti che caratterizzano l'area, può costituire una massa critica capace di generare uno sviluppo endogeno con caratteristiche di particolare originalità rispetto ad altre aree apparentemente simili della provincia di Lecce e della regione Puglia. Pertanto, il tema catalizzatore "Recupero della identità delle aree rurali" si pone nel PSL di Terra d'Arneo, come una scelta per alcuni versi obbligata nel percorso verso uno sviluppo locale sostenibile ed equilibrato.

In linea generale l'adozione del tema catalizzatore richiede la messa in atto di una serie di strumenti complementari necessari al raggiungimento degli obiettivi del PSL, poiché non è più sufficiente effettuare delle semplici operazioni di recupero identitario, ma occorre trasformarle, in un quadro di sostenibilità economica e di compatibilità ambientale, in attività capaci di produrre beni e servizi e quindi di creare nuova occupazione e di accrescere il reddito.

Pertanto, il tema catalizzatore secondario scelto, complementare a quello principale, è quello della "Creazione di nuove attività e nuovi servizi". Esso ha l'obiettivo di assicurare un maggiore raccordo fra gli interventi e il mercato, di accrescere la capacità di creazione di occupazione delle fasce sociali deboli, di individuare e attuare misure e interventi per una migliore fruizione e conoscenza della identità storico-culturale di Terra d'Arneo e di mettere in campo nuove modalità di servizi e nuove attività per recupero e utilizzo di tradizioni, beni e prodotti scomparsi o in via di sparizione.

Nella logica progettuale del GAL, i temi catalizzatori individuati rappresentano gli obiettivi generali del PSL, congiuntamente all'ulteriore obiettivo rappresentato dalla creazione di nuove opportunità di occupazione e di attività dei giovani e delle donne.

1.2 Gli obiettivi dell'iniziativa

L'intervento fa parte dell'azione 3.2 del PSL finalizzata ad organizzare le produzioni del il territorio in un sistema di reti tematiche, attraverso l'individuazione e la messa in atto di strategie comuni fra le imprese locali, organizzate in reti settoriali, per la collaborazione fra le stesse e per la valorizzazione delle produzioni. Esso mira quindi alla costituzione di strutture che serviranno a sviluppare concrete attività comuni di impresa, allo scambio di esperienze fra i beneficiari e, infine, per consentire alle stesse il migliore accesso al mercato. Ciò dovrà inoltre servire per proporre un modello di riferimento per tutti gli operatori del territorio, aperto e accessibile per tutti coloro che ne volessero far parte. I contenuti tecnici dell'intervento riguardano i seguenti punti:

- l'attivazione delle forme associative di impresa individuate (consorzi, cooperative, associazioni, ecc.);
- l'avvio delle strategie comuni di impresa relative a ciascun settore quali: punti vendita comuni, sviluppo di commercio elettronico in forma associata, attività congiunte di promozione, partecipazione comune a manifestazioni, raggiungimento di livelli e certificazioni comuni di qualità, forme di integrazione tra le tre reti, forme di integrazione con il sistema dei beni culturali e ambientali, ecc.;
- l'attività di assistenza, di animazione e sensibilizzazione delle reti attivate.

La presente iniziativa è pienamente coerente sia con i temi catalizzatori/ obiettivi esposti nel precedente paragrafo, sia con i seguenti obiettivi specifici del PSL:

- Realizzare il prodotto-territorio Terra d'Arneo con una forte e precisa identità immediatamente riconoscibile da parte della popolazione locale e da quella esterna all'area;
- Creare sistemi locali di connessione fra i prodotti e i servizi, basati sui valori identitari della Terra d'Arneo come strumento del rafforzamento del contesto economico del comprensorio;
- Organizzare all'interno della Terra d'Arneo reti comprensoriali tematiche aderenti ai temi prioritari adottati nel PSL;
- Creare figure professionali innovative rivolte al settore turistico-culturale capaci di operare in un'ottica di sistema per aumentare il livello della occupazione, migliorare le professionalità e la qualità complessiva dell'offerta.

Dal punto di vista metodologico, il GAL ha posto alcune importanti condizioni di ammissibilità all'intervento. Queste riguardano innanzitutto il vincolo per i beneficiari di presentare un progetto di rete riguardante uno dei settori oggetto della Misura 2 del PSL (agricoltura, artigianato, turismo rurale) e per le aziende agricole di operare nei settori di intervento previsti dall'azione 2.1 del PSL (produzione e trasformazione di specie alimentari a carattere spontaneo, allevamenti minori a carattere familiare, completamento di filiere aziendali dell'agroalimentare tipico, creazione di punti vendita).

Altro aspetto fondamentale è quello di aver imposto alle aziende che presentavano domanda di finanziamento per progetti aziendali, il vincolo di partecipare successivamente alla rete tematica.

E' importante rilevare che, come attività preliminare allo sviluppo delle reti tematiche, il GAL ha promosso uno studio per la loro definizione (intervento 3.2.2del PSL), attraverso il quale si procede alla valutazione delle modalità operative di realizzazione delle reti nei 3 settori portanti identificati dal PSL: la rete del turismo e dei servizi connessi, la rete dei prodotti agricoli tipici (freschi e trasformati) e la rete dei prodotti artigianali.[2]

I risultati dello studio hanno rappresentato un elemento decisivo per la corretta impostazione della successiva realizzazione delle reti tematiche, poiché hanno permesso l'individuazione e la promozione, presso i potenziali soggetti, interessati delle strategie comuni di impresa per la valorizzazione e commercializzazione dei prodotti, l'analisi delle forme associative più aderenti a ciascuna tipologia di rete e alla configurazione che ciascun settore viene ad assumere in relazione al tipo di interventi effettivamente realizzati. Ciò è avvenuto attraverso un processo partecipativo e di confronto con tutti i soggetti che hanno in seguito aderito alle reti.

Occorre infine sottolineare che i soggetti beneficiari dell'intervento, hanno inoltre usufruito, in via esclusiva dell'intervento 3.3.3 del PSL "Iniziative di informazione della Terra d'Arneo a target specifici", con lo scopo di sviluppare attività di informazione sulle potenzialità e sulle risorse di Terra d'Arneo con particolare riguardo alle tipicità gastronomiche e artigianali, al patrimonio culturale e naturale e al turismo. Obiettivo finale è quello di avviare con i gruppi target selezionati programmi finalizzati alla commercializzazione dei prodotti tipici, artigianali e turistici.

1.3 I soggetti coinvolti

L'iniziativa ha come promotore il GAL. I beneficiari dell'iniziativa sono soggetti privati (cooperative, associazioni, società, consorzi operanti nei settori dell'agro-alimentare, dell'artigianato e del turismo) che hanno dato origine al partenariato, costituito dalle due reti:

- Rete del turismo rurale, con 22 aziende coinvolte.
- Rete dell'artigianato e dei prodotti tipici con 30 aziende coinvolte.

Queste si costituiscono in associazioni, attraverso un processo laborioso che ha visto il GAL agire come facilitatore, a seguito dell'impegno assunto con il bando dalle aziende beneficiarie.

Nel caso della rete del turismo rurale, il titolare di una precedente iniziativa di successo finanziata con il Leader II[3], è stato il testimone e catalizzatore del processo, accreditando il GAL stesso presso le altre aziende. Ciò conferma quanto l'elemento di continuità con il Leader II sia stato decisivo per il buon esito di questa iniziativa.

E' stato comunque importante anche il lavoro iniziale fatto sul territorio, con il questionario fatto pervenire alle realtà economiche dell'area, come parte dello studio per la definizione delle reti tematiche (finanziato con l'intervento 3.2.2).

L'aggregazione dei partner è stata guidata dal GAL, attraverso un metodo di animazione che ha fatto leva sulla forte motivazione degli aderenti per migliorare la qualità dei loro prodotti, con un sensibile lavoro di accompagnamento in tutto il processo di costituzione delle reti, fino all'ideazione e realizzazione dei progetti. Ciò ha rappresentato un importante fattore di prossimità del GAL nei confronti delle reti, rafforzato dalla scelta di adottare procedimenti non burocratizzati nelle fasi di istruttoria e approvazione dei singoli progetti. Pertanto, la figura del GAL ha progressivamente assunto quella di un facilitatore che accompagna il processo di formazione e consolidamento delle reti (possibilmente anche dopo la fine dell'iniziativa) anziché quella di un semplice erogatore di fondi.

Il maggiore impegno per la costituzione delle reti e per mandare avanti i progetti è stato quello organizzativo. Ad esempio, nella rete del turismo, alcuni operatori aderenti si sono insediati di recente, provenienti da altre zone e quindi non hanno ancora sviluppato una conoscenza ed una cultura del territorio tale da garantire scelte compatibili con la configurazione del territorio. Pertanto necessitano di orientamento e di una guida da parte degli altri componenti della rete.

[2] In seguito la rete dei prodotti agricoli tipici e la rete dell'artigianato hanno dato origine ad una rete tematica unica.

[3] Per maggiori informazioni consultare il sito http://www.casaporcara.it.

L'aspetto positivo è che tutte le aziende sono effettivamente entrate in una mentalità di rete, malgrado le difficoltà nel coordinarsi per realizzare insieme gli interventi, nel comunicare e nel farsi conoscere. E' comunque positiva la cooperazione tra aziende di diversa grandezza all'interno della rete. Tra le aziende dell'agroalimentare (appartenenti alla rete dell'artigianato e dei prodotti tipici), c'è tuttavia maggiore scollamento che tra quelle turistiche.

2. DALL'IDEAZIONE ALL'ATTUAZIONE

L'iniziativa è stata promossa e fortemente sostenuta dal GAL, come dimostra l'intensa attività preparatoria attuata per l'individuazione, l'aggregazione, la motivazione dei soggetti beneficiari ed il successivo sostegno dell'attuazione. L'idea era insita nello stesso PSL, con l'obiettivo di rispondere a specifiche modalità per l'attuazione del Piano che prevedevano l'aggregazione di soggetti pubblici e privati e la creazione di nuovi legami e rapporti fra i vari settori che rappresentano l'identità di Terra d'Arneo.

Il punto di partenza che ha dato origine all'iniziativa è da ricercare nella buona dotazione di risorse produttive del territorio, benché questa risultasse poco conosciuta anche a livello locale, mentre il principale problema consisteva soprattutto nella difficoltà di far cooperare i vari soggetti, in un'area in cui non esiste una tradizione significativa in questo senso.

Ad esempio, l'idea della rete del turismo, che in pratica consiste in un albergo diffuso, nasce come risposta all'incapacità degli operatori della zona a fronte di una domanda crescente qualitativa e quantitativa di posti letto. La costituzione di una rete di operatori che garantisse la qualità della filiera poteva essere la soluzione a tale problematica. Tuttavia si è anche pensato che la rete della ricettività non fosse sufficiente e che quindi occorresse creare dei punti di riferimento dove realizzare ed allestire attività di altro genere. Uno di questi è rappresentato da "Casa Porcara", centro di promozione e valorizzazione permanente delle risorse ambientali dell'area, in cui, accanto ad una importante allestimento documentale sul territorio, la struttura si pone al centro di attività divulgative (corsi) e di eventi culturali ed è costantemente visitata dalle scuole (locali ma anche di altre regioni).

Gli elementi determinanti che hanno consentito l'avvio del processo possono essere identificati innanzitutto nel capillare lavoro di animazione sul territorio da parte del GAL con la preparazione e successiva somministrazione agli operatori economici del territorio di questionari specifici in cui sono state raccolte e sistematizzate informazioni riguardanti, per ciascuna azienda, i prodotti, i mercati di riferimento e gli strumenti di promozione adottati. Successivamente, sono stati organizzati dei focus group e incontri pubblici con il fattivo coinvolgimento degli enti locali.

Un fattore importante per il passaggio dalla pianificazione alla fase operativa è stato il grado di maturazione delle iniziative in beneficio delle singole aziende (come detto finanziate con il Leader II o con la Misura 2 del PSL). Infatti per il finanziamento dei progetti singoli alle aziende si richiedeva un'adesione al progetto di rete (attraverso la firma di una convenzione in cui era evidenziato questo impegno).

Sicuramente un altro fattore determinante è costituito dall'animazione, soprattutto in quei settori produttivi, identificati come prioritari, in cui i privati inizialmente non sembravano interessati (p.es. i panifici/ biscottifici). Ciò ha comportato la necessità di un approfondimento, da parte del GAL, della conoscenza delle complesse dinamiche dell'economia e delle attività produttive del territorio, portando alla scoperta di realtà fino a quel momento poco conosciute, ma di notevole potenzialità.

Alla fine del processo di aggregazione, che è stato lungo, sono state costituite 2 reti (turismo e prodotti tipici) delle 3 previste nel PSL (la rete dei beni culturali e ambientali non è stata realizzata).

Nella fase prettamente operativa, è stata importante la capacità del GAL di indire bandi, anche ad intervalli ravvicinati tra loro, per poterne ricalibrare i contenuti, sulla scorta delle esperienze dei bandi precedenti e delle esigenze del territorio.

L'intervento si articola su tre livelli:

- I livello (aziende) in cui i soggetti beneficiari presentano i propri progetti di sviluppo (finanziati con altre misure del PSL oppure già finanziati con il Leader II).
- II livello (rete tematica), in cui vengono presentati e ammessi a finanziamento i progetti presentati dalle singole reti.
- III livello (le reti insieme) in cui vengono presentati e ammessi a finanziamento i progetti presentati congiuntamente dalle reti.

I passi più significativi nell'attuazione dell'iniziativa, sono i seguenti:

- Il PSL parte nell'aprile 2005. Nel mese successivo vengono attivati i primi bandi per i singoli progetti in cui i beneficiari iniziali si impegnano a partecipare alle reti (firma delle convenzioni).
- Tra maggio e settembre 2005: avvio delle istruttorie dei progetti singoli (I livello).
- Settembre 2005: finanziamento e realizzazione dei progetti, che si protraggono fino all'anno successivo.
- Giugno 2006: inizio dello studio per la definizione delle reti tematiche da parte dell'unità di animazione del GAL. Esso rappresenta la base di riferimento per l'attuazione dei successivi interventi della Misura 3.2. Inizia così l'animazione per la costituzione delle reti (somministrazione di questionari, focus group, incontri pubblici).
- Inizio ottobre 2006: relazione finale degli studi delle reti sul territorio.

- 24 ottobre 2006: bando progetti di rete. Le reti venivano ammesse al bando anche se non erano formalmente costituite. Esisteva comunque l'obbligo di esserlo entro 12 mesi dall'inizio del progetto.
- 26 ottobre 2006: firma del protocollo di intesa tra le aziende aderenti alle reti.
- Dicembre 2006: finanziamento e avvio dei progetti di rete (II e III livello).
- Febbraio 2007: si formalizza la costituzione delle due reti, con in forma di associazione (è stata data massima libertà alle reti nella scelta della forma giuridica con cui si sarebbero costituite).

Per quanto riguarda le attività ammesse a finanziamento, di seguito si riportano le categorie di spesa previste con i relativi importi:

Categorie di spesa/ interventi	Rete Turismo Rurale	Rete Prodotti Tipici	Le reti insieme
Attrezzature materiali informativi	24.358,78	27.900,00	
Attività di servizi e materiali informativi	8.100,00		
Attività di promozione			4.400,00
Consulenze		1.300,00	
Spese generali		1.460,00	220,00
I.V.A.	6.181,76	6.132,00	924,00
Totale ammesso a finanziamento	38.640,54	36.792,00	5.544,00
di cui quota LEADER+ (80%)	30.912,43	29.433,60	4.435,20
di cui quota privata (20%)	7.728,11	7.358,40	1.108,80

L'importo totale ammesso a finanziamento è di 80.976,54 Euro di cui 64.781,23 Euro di contributo Leader Plus.

I progetti relativi alle singole aziende sono tutti conclusi, mentre sono ancora in corso quelli realizzati dalle reti, a causa di ritardi dovuti a problemi di ordine burocratico (segnaletica, le informazioni per i siti, ecc.). E' prevista la loro conclusione nel giugno 2008. Successivamente occorrerà consolidare le reti per consentire loro di operare in forma autonoma. Per l'accompagnamento di questo processo sarà importante il ruolo del GAL. Questo, tra l'altro, ha già attivato un servizio alla rete del turismo rurale che consiste nel censire e registrare le presenze, finalizzato a un'attività di customer care.

3. I RISULTATI DELL'INIZIATIVA

Le ricadute dell'intervento in termini di reddito, occupazione, presenze turistiche, ecc. non sono ancora misurabili poiché, come detto, gli interventi termineranno nel giugno 2008[4]. Sono tuttavia disponibili alcuni risultati intermedi, come ad esempio:

- realizzazione dei loghi "D'Arneo prodotti tipici del Salento" e Salento Terra d'Arneo;
- realizzazione di 2 iniziative promozionali della rete dell'artigianato e dei prodotti tipici (conferenza stampa di presentazione dell'associazione e un educational tour presso le aziende della rete);
- realizzazione di un centro di promozione e valorizzazione permanente delle risorse ambientali dell'area (presso Casa Porcara);
- organizzazione di un cluster di 5 strutture della rete del turismo rurale vicine tra loro, con una recettività di circa 200 posti letto;
- realizzazione di iniziative promozionali in comune tra le due reti (III livello);
- 8.000 alunni hanno visitato nel 2007 le aziende appartenenti alla rete dell'artigianato e dei prodotti tipici.

Di seguito si riporta il prospetto riepilogativo di alcuni indicatori per la misurazione dei risultati attesi dal PSL. Benché non tutti siano ancora quantificabili, già si può operare una stima approssimativa della capacità della presente iniziativa di incidere sulla configurazione di partenza.

INDICATORI	Livello previsto	Risultato raggiunto
Incremento delle presenze turistiche nell'area	10%	nd
N di attività create o sostenute nel settore della tipicità	26	30
Posti letto creati in ambito rurale	> 90	nd
Reti create	4	2
Imprese coinvolte	60	52
Incremento delle reti e dei gruppi di interesse	-	si

L'impatto atteso dall'iniziativa è tuttavia rilevante. I soggetti all'interno delle reti hanno dato prova di essere uniti, non esistono frizioni al loro interno ed esiste una visione di futuro omogenea. Essi inoltre rappresentano una fetta importante del mercato:

- le strutture del turismo rurale, con 280 posti letto dei 1.213 censiti nel 2003, rappresentano il 23% dell'intera ricettività locale;
- le aziende dell'agroalimentare rappresentano il 10% di quelle presenti sul territorio.

In futuro sarà anche possibile valutare quanto questa iniziativa abbia inciso per la creazione di quel "Distretto di Terra d'Arneo" della tipicità e delle tradizioni, che rappresenta l'obiettivo specifico comune a tutte la azioni del PSL e al quale contribuiscono in maniera sostanziale sia il tema catalizzatore principale che quello secondario.

Va infine sottolineato che la presente iniziativa ha anche avuto il merito di mettere in pratica nuove esperienze e di sviluppare nuove competenze all'interno dello stesso GAL. Il lavoro preliminare di animazione presso le aziende interessate ha certamente permesso a chi lo ha svolto un notevole arricchimento professionale, oltre ad un approfondimento della realtà del territorio che potrà essere messa a disposizione per altre attività di supporto allo sviluppo rurale nell'area. Come compendio di questa esperienza, il GAL ha avviato la pubblicazione di un manuale su come costituire una rete con un repertorio delle aziende che ne fanno parte.

[4] A questo proposito è in corso di preparazione uno studio da parte del GAL.

4. ANALISI DELLA BUONA PRATICA

Nel territorio l'aggregazione delle aziende in reti tematiche può considerarsi un'idea innovativa poiché le uniche forme di aggregazione esistenti sono le cooperative agricole, caratterizzate però da un'elevata settorialità. Con la presente iniziativa, per la prima volta, vengono messi insieme e spinti a cooperare operatori di settori diversi.

Un ulteriore passo in avanti verso l'interdisciplinarietà viene effettuato attraverso l'interazione delle due reti (turismo e prodotti tipici) attraverso il progetto ideato ed attuato in forma congiunta.

Altro aspetto innovativo è dato dalla capacità dell'intervento di incidere su alcune problematiche socio-economiche come ad esempio la disoccupazione giovanile e il basso livello di investimenti delle aziende: nella rete del turismo sono infatti presenti le aziende di servizi che, per loro caratteristica intrinseca, danno lavoro ai giovani e hanno un basso livello di investimenti materiali e alto livello innovativo.

L'iniziativa è sostenibile per definizione, proprio perché attraverso la costituzione della rete si conferisce una maggiore organicità e sostenibilità a interventi dispersi sul territorio e di piccola entità il cui impatto sarebbe altrimenti limitato.

Notevole replicabilità dell'approccio, soprattutto in altre realtà simili (territori poco conosciuti e con elementi di distinzione poco significativi) e usando gli strumenti disponibili sul territorio medesimo. A questo proiposito sarà di utile il manuale su come costituire una rete in via di pubblicazione da parte del GAL.

Si tratta di una buona prassi poiché la costituzione della rete rappresenta l'unica modalità per dare opportunità di sviluppo alle piccole imprese del territorio. E' un processo identificato nella fase di disegno del PSL, che ha dimostrato di funzionare anche grazie soprattutto al rigore nell'applicazione, misto a flessibilità e capacità di adattamento del GAL alle istanze del territorio.

Per il successo dell'iniziativa è stata importante la realizzazione degli studi preliminari che hanno permesso di indirizzare gli interventi in modo appropriato. Tra questi si segnalano un manuale di restauro degli immobili tradizionali, uno studio innovazione dei prodotti, uno studio dei parametri di sostenibilità ambientale.

L'ideazione e l'elaborazione dell'iniziativa si basano innanzitutto su una profonda conoscenza del territorio e delle sue dinamiche economiche e sociali, come testimoniato dall'alto livello qualitativo del PSL, che ha permesso di identificare con esattezza il percorso di sviluppo più consono e assicurate un alto livello di integrazione tra i vari interventi previsti dal Piano stesso.

L'aver assicurato la continuità strategica e metodologica con il Leader II si è rivelato decisivo per il buon esito di questa iniziativa.

L'iniziativa ha avuto la capacità di indurre un cambiamento nella mentalità degli operatori locali. Infatti per la prima volta si è iniziato a parlare di qualità, come conseguenza dell'inizio di un processo intrinseco di riflessione e presa di coscienza degli operatori su questo punto.

L'iniziativa ha registrato un buon effetto moltiplicatore, essendo prevista a breve l'adesione di 5 nuove aziende nella rete dei prodotti tipici e 4 in quella del turismo.

Caratteri del LEADER	Declinazione dei caratteri
Approccio territoriale	· l'iniziativa è fortemente legata al territorio ed in particolare a quegli elementi di eccellenza nei settori che rappresentano l'identità di Terra d'Arneo (turismo, artigianato, prodotti tipici agroalimentari), che possono rappresentare elementi di attrazione in beneficio dell'economia locale
Approccio dal basso	· benché si tratti di una iniziativa ideata e sostenuta dal GAL, nella fase preliminare c'è stato un confronto sistematico con tutti i soggetti che hanno in seguito aderito alle reti (focus group, ecc.), mentre nella fase operativa il dialogo costante con il territorio ha consentito di adattare e ricalibrare gli interventi in base alle esigenze espresse dai beneficiari
Partnership	· l'iniziativa ha lo scopo principale di costituire un partenariato forte tra aziende anche di natura differente, che permetta loro di sviluppare una progettualità propria e di lavorare insieme per il raggiungimento di obiettivi comuni
Innovazione	· le reti tematiche rappresentano un'idea innovativa in un territorio in cui non si registrano altre forme aggregative rilevanti. Infatti con questa iniziativa vengono messi insieme e spinti a cooperare operatori di settori diversi · viene inoltre promossa l'interdisciplinarietà attraverso l'interazione delle due reti (turismo e prodotti tipici) nel progetto ideato ed attuato in forma congiunta · incide su alcune sentite problematiche socio-economiche, con investimenti aziendali di bassa intensità ma con impatto sull'occupazione giovanile e sull'innovazione
Integrazione	· la costituzione delle reti tematiche e la loro interazione per la creazione di una progettualità comune, rappresenta un alto livello di integrazione per creare sistemi locali di connessione fra i prodotti e i servizi, basati sui valori identitari della Terra d'Arneo come strumento del rafforzamento dell'economia del comprensorio
Rete	· l'iniziativa contribuisce in modo significativo alla creazione del "Distretto di Terra d'Arneo" della tipicità e delle tradizioni, che rappresenta l'obiettivo specifico comune a tutte la azioni del PSL. Anche se tali effetti non sono ancora visibili tale strategia mira a organizzare tutti gli elementi del territorio che possono rappresentare fattori trainanti dello sviluppo del comprensorio in un sistema unitario e integrato in cui i diversi attori operino in stretto coordinamento tra loro (rete) · tutte le aziende beneficiarie sono entrate in una mentalità di rete ed è positiva la cooperazione tra aziende di diversa grandezza all'interno delle stesse reti tematiche

	Soluzioni istituzionali/sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Analisi del metodo seguito			
Qualità	Profonda conoscenza del territorio e delle sue dinamiche economiche e sociali, come testimoniato dall'alto livello qualitativo del PSL. Regia GAL in tutte le fasi a garanzia della corretta attuazione del processo di aggregazione e costituzione reti. Libertà di scelta alle reti della forma giuridica per la loro costituzione.	L'organizzazione delle fasi preliminari, è stato decisiva per la qualità del processo. Si segnala lo studio per la definizione delle reti tematiche, che ha comportato la realizzazione di incontri e focus group, in cui c'è stato un continuo confronto con i soggetti che hanno in seguito aderito alle reti. Intenso accompagnamento delle reti nel processo di costituzione, fino alla realizzazione dei progetti, come fattore di prossimità del GAL Adozione di procedimenti non burocratizzati nelle fasi di istruttoria e approvazione dei singoli progetti.	Vincolo di partecipare alla rete tematica alle aziende che presentavano domanda di finanziamento per progetti singoli. Vincolo alle reti di partecipare a un progetto congiunto. Interventi a alto contenuto immateriale, ideati dai beneficiari, con potenziale impatto positivo su occupazione giovani. Continuità con il Leader II.
Innovazione	Per la prima volta, vengono messi insieme e spinti a cooperare operatori di settori diversi, in un'area in cui non esiste una tradizione associativa significativa.	L'iniziativa può incidere sul tasso di disoccupazione giovanile grazie al fatto che nella rete del turismo sono presenti aziende di servizi che danno lavoro ai giovani	Creazione di una progettualità con alti livelli innovativi a fronte di bassi investimenti materiali.
Integrazione	Alto livello di integrazione tra i vari interventi previsti dal Piano.	Forte integrazione tra i soggetti appartenenti alle reti e anche tra le due reti, come testimoniato dalla progettualità comune.	All'interno delle reti la gestione dei servizi (informazione, visite guidate, ecc.) è integrata.
Analisi dei risultati			

	Soluzioni istituzionali/sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Misurabilità-efficacia	Messe in pratica nuove esperienze e sviluppate nuove competenze all'interno del GAL. Il GAL sta pubblicando un manuale su come costituire una rete.	Livelli di copertura del 23% per la rete del turismo rurale e del 10% delle aziende agroalimentari del comprensorio. Realizzazione di iniziative promozionali in comune tra le due reti.	2 reti tematiche create con il coinvolgimento di 52 aziende. realizzazione di un centro di promozione e valorizzazione permanente delle risorse ambientali dell'area; cluster di 5 strutture della rete del turismo rurale vicine tra loro, con una recettività di circa 200 posti letto. realizzazione di 2 loghi. 8.000 alunni hanno visitato nel 2007 le aziende appartenenti alla rete dell'artigianato e dei prodotti tipici.
Sostenibilità		Con la costituzione delle rete tematiche si conferisce una maggiore, organicità e sostenibilità a interventi dispersi sul territorio il cui impatto sarebbe altrimenti limitato	Adesione di nuove aziende alle due reti tematiche.
Aree di cambiamento		L'iniziativa ha avuto la capacità di indurre un cambiamento nella mentalità degli operatori locali che hanno iniziato a parlare di qualità..	Prima esperienza rilevante di aggregazione nell'area a testimonianza di una volontà di cambiamento di mentalità di numerosi operatori
Trasferibilità			
Analisi di contesto	Continuità strategica e metodologica con il Leader II		Notevole replicabilità dell'approccio, soprattutto in territori poco conosciuti e con elementi di distinzione poco significativi.
Contaminazione con altri strumenti di politica	Continuità strategica e metodologica con il Leader II		
Utilizzo in altri settori			

INIZIATIVE PER LA VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI LOCALI

Regione – GAL	**Sardegna –GAL Lugodoro Goceano**
Settore	Agricoltura/Produzioni tipiche e di qualità
Costo	CT € 72.000; SP € 36.000
Data avvio lavori	Aprile 2005

Con l'azione 1.1.a "Interventi diretti alla integrazione dei redditi agricoli ed alla diversificazione delle attività, alla creazione di piccoli impianti di trasformazione e conservazione dei prodotti e di attività artigianale", il PSL prevede investimenti delle PMI e delle aziende agricole per l'innovazione di processo e di prodotto finalizzata al miglioramento qualitativo dei prodotti e dei servizi forniti. L'intervento[1] è di particolare importanza nelle zone interessate da LEADER, le quali sono in ritardo nell'applicazione delle innovazioni dei processi produttivi. Con le risorse dell'azione, il GAL ha finanziato due interventi esemplari. Il primo coniuga il tema delle produzioni tipiche locale con l'integrazione di soggetti diversamente abili, mentre il secondo introduce innovazioni di processo e di prodotto per una produzione di nicchia della tradizione alimentare sarda.

1. LA NASCITA DELL'INIZIATIVA

1.1 Il contesto di riferimento e le motivazioni

Il GAL Logodoro Goceano opera su un territorio di 29 comuni in provincia di Sassari. Con una popolazione di 50.000 abitanti e una superficie territoriale di 1.629 kmq, presenta una densità abitativa piuttosto bassa, pari a 31 abitanti per chilometro quadrato, passando da un massimo di 82 abitanti per kmq (Ittiri) a 6 abitanti per kmq (Semestene).

I fattori di criticità che investono l'area sono principalmente di carattere demografico. Le tendenze principali riguardano in primo luogo un marcato declino demografico, a cui si accompagna un progressivo invecchiamento della popolazione. D'altro canto il progressivo decremento delle forze giovani impedisce il mantenimento del presidio territoriale, della cultura e delle tradizioni locali, e la nascita di circuiti di crescita economica e sviluppo locale.

L'area risulta particolarmente periferica, con una distanza elevata rispetto ai maggiori centri urbani della Provincia. La distanza significa non solo barriera fisica rispetto alle sia pur deboli influenze culturali nazionali ed internazionali che i nostri maggiori centri filtrano ma soprattutto barriera culturale, ostacolo ad un ingresso attivo rispetto alle opzioni di sviluppo provenienti dall'esterno.

Le scarse possibilità occupazionali nell'area si rivelano immediatamente in un alto tasso di disoccupazione (calcolato come rapporto tra gli iscritti al collocamento e la popolazione in età da lavoro) che raggiunge una quota pari al 33%, che sale al 40% per le donne.

Del resto, il sistema produttivo dell'area Logudoro Goceano manifesta notevoli debolezze, peraltro non omogeneamente distribuite. I comuni più interni dell'area, presentano elementi di fragilità dell'economia locale dovuti sia alla limitatezza degli insediamenti industriali, fattore almeno in parte attribuibile alla morfologia del territorio; sia alla rapidità e alla misura del ridimensionamento del settore agricolo nell'ultimo decennio; sia infine a causa della limitata portata del terziario. I centri maggiori beneficiano invece delle caratteristiche tipiche dei centri urbani di rango superiore, per cui la presenza di servizi pubblici e di un minimo di struttura produttiva e di terziario privato, consentono ancora la presenza di una certa vitalità economica.

Il settore produttivo maggiormente rappresentato nell'area è quello agricolo, che coinvolge quasi il 50% delle imprese dell'area. I comparti produttivi più importanti sono quelli del settore lattiero caseario e della produzione viti-vinicola. Basti pensare che nell'area vi sono oltre 376.000 capi ovini, in grado di produrre 200 milioni di latte, il 38% della produzione provinciale.

[1] Per la realizzazione del caso studio sono stati intervistati Giammario Senes (Presidente GAL), Giuseppe Sotgiu (Direttore GAL), Francesca Marongiu (Agente di comunicazione), Giovanna Sorinas (Presidente Coop. Il Tralcio), Giovanna Porqueddu (Ex Presidente Il Tralcio), Mario Manca (titolare caseificio), nel luglio 2006. Le informazioni sono aggiornate a maggio 2009.

Nel complesso, l'area si caratterizza per numerosi punti di forza e debolezza, come mostra la tabella seguente.

Punti di forza	Punti di debolezza
Abilità,competenze e tradizioni nel settore lattiero caseario	Elevato processo di senilizzazione della popolazione
Distretto produttivo del formaggio	Mancanza di attrattività di popolazione giovane e di imprese
Esperienze precedenti di sviluppo locale (LEADER II, PIT, Patto)	Costi di produzione relativamente alti
Elevata qualità delle produzioni agro – alimentari	Scarsa propensione verso comportamenti associativi
Presenza di numerosi prodotti tipici	Mancato ricambio generazionale nelle attività di tradizione
Presenza diffusa di attrazioni di interesse storico e culturale, rappresentate dai numerosi siti archeologici, dalle architetture civili, religiose e rurali.	Scarsa notorietà dell'area e marginalità rispetto ai percorsi turistici consolidati e assenza di una identità forte di destinazione turistica
Un patrimonio ambientale diffuso e generalmente ben preservato, con aree a forte valenza naturalistica (SIC e ZPS)	Scarsa attenzione alla conservazione e valorizzazione delle risorse naturali e culturali
Forti legami con le tradizioni culturali e religiose e con le espressioni della cultura agropastorale	Scarsità della cultura dell'offerta di servizi turistici
	Brevità della stagione turistica sarda e sua concentrazione nei mesi di luglio ed agosto

1.2 Gli obiettivi dell'iniziativa

Sulla base del contesto presentato in precedenza, il GAL ha elaborato il proprio Piano di Sviluppo puntando sulla ricostruzione e focalizzazione dell'identità sociale, culturale ed economica, per poter "riposizionare" l'area attraverso una prospettiva di "Territorio di eccellenza". Il Piano di Sviluppo, pertanto, ha previsto:

- l'incentivazione alla nascita di nuovi prodotti e servizi a forte specificità locale;
- nuovi metodi di interconnessione delle risorse endogene del territorio, privilegiando le logiche di rete e le tematiche trasversali a Logudoro, Goceano e Coros;
- interconnessioni tra settori economici tradizionalmente distinti, soprattutto nella fase di promozione e costruzione di un'immagine focused del territorio;
- formule originali di organizzazione e partecipazione delle comunità locali sia nella fase decisionale che attuativa del progetto con una forte attenzione per l'aspetto della comunicazione pubblica, della trasparenza, dell'accesso.

Con l'azione 1.1.a "Interventi diretti alla integrazione dei redditi agricoli ed alla diversificazione delle attività, alla creazione di piccoli impianti di trasformazione e conservazione dei prodotti e di attività artigianale", il PSL prevede investimenti delle PMI e delle aziende agricole per l'innovazione di processo e di prodotto finalizzata al miglioramento qualitativo dei prodotti e dei servizi forniti. L'intervento è di particolare importanza nelle zone interessate da LEADER, le quali sono in ritardo nell'applicazione delle innovazioni dei processi produttivi.

La finalità della misura è quella di sostenere questi processi avviando la ricostruzione della "filiera corta"; iniziativa essenziale per la valorizzazione di produzioni caratterizzanti dal punto di vista ambientale e paesistico, scarsamente produttive in termini di resa quantitativa ma molto integrate nelle tradizioni locali.

Lo sviluppo della "filiera corta" favorisce le condizioni per poter conoscere le produzioni di qualità dei territori del GAL, in genere completamente assente e sempre più scollegata con la cultura alimentare dei consumatori.

Il divieto di vendita dei prodotti sfusi (es.: vino e olio) ha fatto sì che moltissimi produttori siano obbligati a rivolgersi, soprattutto per il confezionamento del loro trasformato, a stabilimenti distanti dal luogo di produzione, rinunciando ad una quota importante del valore aggiunto prodotto dalla catena di filiera.

Sulla base di tali indicazioni e a seguito di una consistente attività di animazione, il GAL ha predisposto il bando per la selezione delle aziende beneficiarie, con i seguenti obiettivi:

- incremento della quota di valore aggiunto di filiera prodotto dall'area Leader nelle fasi a valle della produzione di base;
- sviluppo di nuovi prodotti e sottoprodotti;
- razionalizzazione e sviluppo dei processi di trasformazione e di confezionamento;
- miglioramento della qualità dei prodotti;
- miglioramento della possibilità di impiego ed autoimpiego.

1.3 I soggetti coinvolti

La compagine sociale del Gal è composta da 47 soci, di cui 34 di estrazione pubblica. Per i soggetti pubblici, fanno parte del GAL Logodoro Goceano 3 comunità montane, la Camera di Commercio e 30 comuni su cui insiste l'azione del GAL. Il 52% del capitale sociale è stato sottoscritto dai soci privati che sono prevalentemente le associazioni di rappresentanza in ambito provinciale delle categorie imprenditoriali dei settori agricolo, artigiano, manifatturiero e della cooperazione e un importante società pubblica nell'ambito della ricerca avanzata nel settore delle produzioni agroalimentari.

Dei sette componenti il Consiglio di Amministrazione, 3 sono espressione della compagine "pubblica" mentre i soci privati hanno espresso la maggioranza di 4 componenti del consiglio di amministrazione.

Nel caso esaminato, l'azione ha permesso il finanziamento di 37 imprese locali.

2. DALL'IDEAZIONE ALL'ATTUAZIONE

L'attività di animazione iniziale ha permesso al GAL di entrare in contatto con il tessuto produttivo locale, ricercando connessioni con imprese che presentassero caratteri originali e distintivi. Nell'aprile 2005 viene lanciato il bando per la selezione pubblica delle aziende beneficiarie dei finanziamenti. Nel bando viene premiata principalmente la qualità del progetto, assegnando 40 punti dei 100 disponibili.

Le due imprese che si collocano al primo e al secondo posto sono una cooperativa sociale e un caseificio locale. Entrambi gli intereventi si connotano per una forte portata innovativa.

Nel caso della cooperativa sociale, il contributo di LEADER+ ha di raggiungere un duplice obiettivo economico e sociale:

- produrre artigianalmente per il mercato una serie di prodotti alcolici tipici derivati dall'utilizzo di essenze tipiche della macchia mediterranea;
- inserire all'interno del processo produttivo soggetti svantaggiati allo scopo di favorirne l'integrazione sociale attraverso il coinvolgimento nelle attività produttive.

L'opportunità offerta dal Bando del Gal, ha consentito alla cooperativa di concludere in breve tempo i lavori di ristrutturazione della nuova sede.

La cooperativa sociale "Il tralcio"

La cooperativa nasce nel 1993, con l'obiettivo primario di perseguire l'integrazione sociale di persona svantaggiate (portatori di handicap fisico/psichico, persone con difficoltà di inserimento sociale e giovani disoccupati), agevolandone l'inserimento lavorativo.

Il prodotto principale da cui proviene il 70% del fatturato è il liquore di mirto rosso a cui si affiancano prodotti artigianali di liquori a base di altre essenze della macchia mediterranea. Dopo una prima fase di sperimentazione nella coltivazione di erbe aromatiche, la cooperativa nel 1997 ha avviato una linea di produzione di liquori artigianali. Nel 2001, a seguito di un finanziamento delle Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, la cooperativa ha acquistato e ristrutturato un capannone di 360 mq, dove è stato allestito il nuovo laboratorio, acquisendo anche i macchinari e le attrezzature necessarie.

Nel secondo caso, invece, il LEADER+ ha consentito al caseificio, che da diversi anni produce caglio destinato al mercato caseario della Sardegna e della penisola, di diversificare la produzione e valorizzare un prodotto tipico: il caglio di capretto in caglio edibile destinato al consumo alimentare.

Si tratta di un prodotto tipico della cultura ovi-caprina alimentare sarda relegato ad una produzione e un consumo limitato a causa del metodo produttivo utilizzato tradizionalmente. Il prodotto, infatti, viene ancora oggi realizzato secondo tecniche arcaiche che, per ragioni di sicurezza alimentare, non ne permettono la commercializzazione.

A seguito di ricerche condotte in collaborazione con l'Università per ricercare una soluzione tecnologica che ne permettesse la produzione e commercializzazione, il progetto ha consentito di allestire un laboratorio di produzione completo di tutte le attrezzature necessarie per la trasformazione meccanizzata e controllata del prodotto finito.

Nello specifico sono state eseguite opere di ristrutturazione di un locale adiacente allo stabilimento principale unitamente all'acquisto di una serie di macchinari e attrezzature necessari alla trasformazione.

Il laboratorio è stato avviato nel 2005 e il prodotto ha già riscosso un discreto successo sul mercato locale ma soprattutto da parte degli estimatori di prodotti gastronomici di nicchia. Nel 2006 il caseificio ha ottenuto la "Certificazione di Prodotto".

3. I RISULTATI DELL'INIZIATIVA

Con un investimento di dimensioni finanziarie modeste, il LEADER+ ha consentito a due realtà locali di mantenere e consolidare produzioni.

Investimenti	Costo Totale	Spesa pubblica	Finanziamenti privati
Cooperativa sociale	27.929	13.964	13.964
Caseificio	44.984	22.492	22.492
Totale investimenti azione 1.1.a	852.852	410.251	442.600

Per quanto riguarda la cooperativa sociale, l'intervento ha consentito di completare i lavori di ristrutturazione della nuova sede già iniziati nel 2001 e ne ha reso possibile l'avvio delle attività produttive e dei laboratori di inserimento sociale dei soggetti svantaggiati. Nello specifico il progetto ha previsto la realizzazione di interventi edili di adeguamento dei locali alle normative sulla sicurezza e igiene: la sede è stata infatti dotata di scivoli, ringhiere e servizi sanitari per disabili, infissi esterni con grate e ammodernamento dell'impianto elettrico.

Il nuovo laboratorio, inaugurato nel 2005, consente oggi di produrre per il mercato un quantitativo di prodotto nettamente superiore rispetto al passato. Passando da una produzione di 200 a 1.000 litri, con un prezzo di vendita medio finale di 8,50 Euro per 70 cl, il fatturato della cooperativa ha superato i 12.000 Euro, valore economico di rilievo per una realtà che si prefigge come obiettivo l'integrazione di fasce deboli di popolazione. Inoltre, un effetto diretto è stato l'incremento occupazionale. Attualmente lavorano nella cooperativa 6 dipendenti soci, 3 dipendenti a tempo determinato, assunti in seguito al progetto e 2 collaboratori a progetto. La maggior parte dei soggetti disabili, alcuni dei quali soci della cooperativa, partecipano al processo produttivo nelle fasi di raccolta e preparazione del prodotto per l'infusione, etichettatura e realizzazione delle confezioni. Va segnalato che il lavoro della cooperativa permette a 11 soggetti portatori di handicap di procedere alle fasi di imbottigliamento e decoro delle confezioni. Va segnalata la difficoltà per queste strutture di effettuare investimenti, soprattutto per la necessità di anticipare le risorse finanziarie. Questo problema porta con sé una esposizione bancaria difficile da fronteggiare. La velocità e la snellezza del LEADER+, con la vicinanza del GAL ha permesso di limitare questa problematica.

Per quanto riguarda il caseificio, invece, il LEADER+ ha permesso l'entrata in produzione di una nuova gamma di prodotto. Rispetto alla produzione di base, l'investimento ha consentito di incrementare il prezzo di circa il 30%, e ha generato un posto di lavoro. L'iniziativa ha avuto una vasta eco nelle riviste specializzate. Da non trascurare anche una componente sociale, come quella di aver tutelato e conservato un prodotto della cultura sarda, legata al mondo pastorale. Per concludere, il GAL ha accompagnato i beneficiari anche nelle fasi successive alla concessione finanziamento. Le attività promozionale dell'intero PSL sono state infatti utilizzate per rafforzare le iniziative finanziate, in un'ottica di valorizzazione integrata delle risorse del territorio.

4. ANALISI DELLA BUONA PRATICA

Guardando agli investimenti realizzati emergono diversi punti di forza. Per il progetto della cooperativa sociale, appaiono evidenti i seguenti fattori:

- la valorizzazione di una serie di prodotti realizzati artigianalmente secondo tecniche produttive tradizionali derivati dalla distillazione di essenze tipiche della macchia mediterranea (liquore di mirto, di mora, di alloro e di erba luigia).
- la realizzazione di quasi tutte le fasi del processo produttivo: dalla raccolta delle essenze alla distillazione e dal confezionamento del prodotto alla vendita diretta.
- il coinvolgimento nel processo produttivo di soggetti svantaggiati (portatori di handicap fisico/psichico, persone con difficoltà di inserimento sociale) persegue un altro obiettivo fondamentale finalizzato all' inserimento lavorativo degli stessi e all'apprendimento di un mestiere in un ambiente idoneo ed assistito nel pieno rispetto della loro condizione e delle loro esigenze di integrazione sociale.

Nel caso del caseificio, invece, si sottolineano i seguenti aspetti:

- valorizzazione di un prodotto tipico ottenuto nel rispetto della tradizione attraverso l'utilizzo di tecniche di trasformazione meccanizzate e controllate dal punto di vista igienico che ne consentono la commercializzazione e il consumo in assenza di rischi per il consumatore finale;
- incremento di valore aggiunto derivato da una diversificazione della produzione per il proponente;
- realizzazione della filiera corta di produzione: tutte le fasi di lavorazione sino alla commercializzazione del prodotto finito vengono realizzate all'interno dell'azienda;
- disponibilità per il consumatore finale di un prodotto di nicchia che prima era difficilmente reperibile.

Le iniziative nel loro complesso rispecchiano i caratteri del LEADER+:

Caratteri del LEADER	Declinazione dei caratteri
Approccio territoriale	· utilizzo di produzioni di carattere locale; · valorizzazione di esperienze di eccellenza nel territorio
Innovazione	· introduzione di metodi innovativi di prodotto
Integrazione	· integrazione tra aspetti di tipo economico e sociale

Secondariamente, le soluzioni progettuali mostrano diverse caratteristiche legate alle buone prassi.

	Soluzioni istituzionali/sociali	Soluzioni organizzative	Soluzioni progettuali
Analisi del metodo seguito			
Qualità			In entrambi i progetti elevata qualità progettuale
Innovazione			Introduzione di innovazione di processo e di prodotto
Integrazione	Maggiore visibilità del lavoro svolto dalla Cooperativa sociale	Utilizzo di esperienze consolidate sul tema	
Analisi dei risultati			
Misurabilità-efficacia			Effetti di tipo economico e occupazionale
Sostenibilità			Sostenibilità sociale ed economica
Aree di cambiamento	Maggiore attenzione al tema della disabilità nell'area		
Trasferibilità			
Analisi di contesto			Altamente trasferibile
Contaminazione con altri strumenti di politica			
Utilizzo in altri settori			

INEA – VIA BARBERINI, 36 00187 ROMA tel. 06478561