COPAGRI
Informati con il Gal Valle della Cupa

"Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali"
"PSR Puglia 2007-2013 - Fondo FEASR Asse III Misura 331 Azione 2 - PSL Gal Valle della Cupa"

Pubblicazione Settembre-Ottobre 2013

Foto di Michela Taeggi

AGRICOLTURA SOCIALE E PET THERAPY
le nuove frontiere delle terapie verdi

E' capitato a tutti noi di provare senso di benessere e pace interiore a contatto con la natura, è facile quindi intuire come le attività legate all'agricoltura stiano rivelando un grande potenziale terapeutico.

Lo conferma un'indagine AIAB (Associazione Italiana Agricoltura Biologica), secondo cui le esperienze di agricoltura sociale sono aumentate dal 24,3% al 33% solo nel triennio 2007-2010.

Iniziative ancora fin troppo legate alla capacità di innovazione e sperimentazione dei territori, che però si stanno diffondendo rapidamente in Europa e in Italia, dove cominciano ad esserci i primi riconoscimenti normativi (Emilia Romagna).

in primo piano

IL DIALETTO FA BENE AL TURISMO? PAG. 4

IL SOCIAL MEDIA MARKETING PAG. 5

MICROIMPRESE LUDICO RICREATIVE: COME FARE PAG. 6

GLI ULIVI MONUMENTALI: PATRIARCHI DEL SALENTO PAG. 12

NEWS BANDI E AVVISI PAG. 16

COPAGRI

Cupagri-Informati con il GAL Valle della Cupa è uno strumento di informazione e divulgazione che mira a diffondere conoscenza sulle opportunità derivanti dalla diversificazione in attività non agricole ed in particolare dal PSL Valle della Cupa. Il bollettino sarà distribuito in maniera cartacea e on line, attraverso la newsletter e sul sito www.valledellacupa.it. Obiettivo principale è quello di fornire approfondimenti sulle tematiche relative alle misure ed azioni dell'asse III-IV del PSR 2007-2013.

Il Gal Valle della Cupa Nord Salento è una società a responsabilità limitata nata nel 1998, in attuazione del programma di iniziativa Comunitaria LEADER II (1994 – 1999).

Inizialmente a maggioranza pubblica, il Gal ha ampliato la sua compagine societaria nel 2009, divenendo una società a maggioranza privata.

Oggi, il Gal è espressione di un partenariato ampio (62 soci) composto da soggetti pubblico-istituzionali, organizzazioni di categoria e soggetti portatori di interessi collettivi e privati.
Territorialmente, comprende
12 Comuni del Nord Salento
(Squinzano, Trepuzzi, Surbo, Novoli, Arnesano, Monteroni, Lequile, San Cesario, San Pietro in Lama, San Donato, Lizzanello e Cavallino), rivestendo il ruolo di soggetto attuatore del programma LEADER 2007 – 2013 e di Agenzia di Sviluppo Locale.

I GAL ed il PSR

I Gruppi di Azione Locale (GAL) sono lo strumento tramite il quale l'Unione Europea intende favorire lo sviluppo locale delle aree rurali nell'ottica della valorizzazione dei singoli territori di appartenenza, mediante un approccio di promozione integrata.
In tale direzione si impegnano i 25 Gal pugliesi che raggruppano la quasi totalità dei comuni della Regione escluso i capoluoghi.
I GAL sono generalmente costituiti da vari soggetti (pubblici e privati) riuniti sotto diverse vesti giuridiche, per l'esecuzione del Piano di Sviluppo Locale (PSL) strumento di programmazione per l'elaborazione e successiva attuazione di una strategia integrata di sviluppo del territorio di durata pluriennale.
Il Piano di Sviluppo Rurale (PSR) è un documento di programmazione redatto dalle Regioni e rappresenta il principale strumento di programmazione e finanziamento per gli interventi nel settore agricolo, forestale e dello sviluppo rurale. Tale strategia di sviluppo rurale viene attuata attraverso misure articolate secondo 4 assi. Quelli analizzati nella pubblicazione riguarderanno il miglioramento della qualità della vita e la diversificazione dell'economia rurale e l'approccio Leader (Asse III e IV).

IL LEADER

La parola **LEADER** è l'acronimo di Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale, la cui traduzione significa Collegamento tra Azioni di Sviluppo dell'Economia Rurale. Nello specifico, l'iniziativa comunitaria Leader è una linea di finanziamento europea (ASSE IV) prevista dalla Politica di Sviluppo Rurale (PSR) 2007-2013 e definita nel Regolamento (CE) n. 1698/2005.

L'attuazione di strategie di sviluppo locale previste dall'Asse IV "Leader" è indirizzata alle priorità dell'Asse III "Qualità della vita nelle zone rurali e diversificazione dell'economia rurale" descritte dal PSR Puglia 2007- 2013. In particolare, l'Asse IV si articola nella misura 4.13 "Strategie di sviluppo locale" che ha l'obiettivo di promuovere e consolidare modalità di approccio partecipativo su scala locale per la definizione e l'implementazione di strategie di sviluppo endogeno, specifiche, sostenibili e durature, elaborate dai Gruppi di Azione Locale.

1° BILANCIO BOLLETTINO CUPAGRI

L'INFORMAZIONE DEL GAL VALLE DELLA CUPA

GAL non è solo una sigla, un acronimo che si traduce in "Gruppo di azione locale" ma una concretissima parola che si è rivelata ciò che l'Unione europea aveva statuito che fosse: " lo strumento tramite il quale favorire lo sviluppo locale delle aree rurali, nell'ottica della valorizzazione dei singoli territori di appartenenza" oltre alla promozione di un conseguente approccio di "azione integrata" fra le 12 Terre della Valle della Cupa. A ben guardare ad analizzarne i momenti compositivi, si giunge con consapevolezza a delineare un bilancio positivo che riempie d'orgoglio coloro che all'attuazione di tutto ciò si dedicano, compresi tutti quelli che con impegno e generosità si mettono al servizio di "Cupagri", il bollettino di informazione bimestrale del GAL Valle della Cupa, rendendolo di fatto una pubblicazione concreta e utile per gli operatori locali grazie anche agli approfondimenti tecnici di volta in volta sviluppati.

Nei bollettini informativi Cupagri (ormai alla loro quarta uscita), abbiamo illustrato lei iniziative che le 12 terre del GAL Valle della Cupa hanno messo in essere valorizzandone le specifiche peculiarità turistico-recettive, artistiche ed enogastronomiche, culturali, storiche ed archeologiche ritenendo che cultura non fosse solo istruzione o formazione, ma l'insieme dei caratteri artistici, letterari, tradizionali, scientifici, tecnici che caratterizzano il nostro popolo ed il nostro territorio.

Con Cupagri abbiamo acceso dei focus rilevanti su particolari eventi di "tradizione" delle 12 terre; ne abbiamo illustrato le caratteristiche distintive per ciò che concerne l'artigianato locale e tipico; abbiamo evidenziato dove e come possano allestirsi laboratori didattici, abbiamo parlato di cucina e prodotti locali, tipici, di formazione, di workshop; abbiamo trattato argomenti innovativi (masserie sociali/didattiche), abbiamo posto l'attenzione su normative e loro interpretazioni. Abbiamo documentato inoltre, con interviste specifiche ad imprenditori locali e ai protagonisti di grandi cambiamenti, le realtà nascenti sul territorio dando loro visibilità.

Ma abbiamo parlato anche di biodiversità, di OGM di Dieta Mediterranea, di quegli argomenti cioè che, volenti o nolenti, costituiranno l'oggetto di azione e di vita del nostro futuro. Abbiamo informato i giovani e le famiglie sull'adozione dell'Approccio Leader rendendo note a tutti i potenziali beneficiari, anche attraverso azioni promosse dai partner, le opportunità di cofinanziamento, i contributi del FEASR e le modalità per l'accesso ai contributi.

Con Cupagri quindi abbiamo detto tutto questo e continuiamo a comunicare tutto ciò che di nuovo bolle in pentola garantendo sempre una informazione chiara, completa e trasparente.

On. Avv. Giuseppe Taurino
Presidente Gal Valle della Cupa

Il bollettino Cupagri stampato in 10.000 copie per ogni numero, viene distribuito periodicamente nei 12 Comuni della Valle della Cupa e attraverso il web sul sito www.valledellacupa.it. La pubblicazione è inoltre inviata mediante direct-mail a tutti i soci del GAL ed a migliaia di contatti presenti nei data-base della struttura organizzativa.

Intervista al prof. Salvatore De Masi

Docente di Linguistica Generale e Glottologia
Università del Salento

"WHAT'S TURCHINIEDDRU"?

IL DIALETTO FA BENE AL TURISMO?

"What's *turchinieddru*"? passeggiando d'estate per le vie del Salento, capita spesso di ascoltare turisti divertiti alle prove con improbabili pronunce del dialetto salentino.

Si passa dai classici *ciceri e tria* pronunciati con accento english alle *cozze perte all'ampa* in versione tedesca sino ad avventurarsi nella pronuncia di intere espressioni dialettali legate ai luoghi o alle canzoni.

Ma quanto conta l'uso del dialetto nella relazione con i turisti? Ne abbiamo parlato con Salvatore De Masi, docente di Linguistica Generale e Glottologia presso l'Università del Salento. "Il dialetto è parte integrante del patrimonio culturale salentino, tanto quanto lo sono l'enogastronomia e le bellezze paesaggistiche di Lecce e provincia. Del resto, viene usato per descrivere e caratterizzare luoghi, paesaggi e piatti tipici".

Fenomeni musicali come la pizzica o i Sud Sound System hanno contribuito a far conoscere cultura e tradizioni salentine.

"Indipendentemente dai gusti musicali, infatti, bisogna riconoscergli il ruolo di divulgazione della salentinità che hanno avuto negli anni, quasi alla stregua dei fenomeni culturali e letterari che storicamente sono stati veicolo di diffusione di altrettante forme dialettali come il napoletano, il toscano, il veneto."

L'idioma salentino, parlato oramai in modo trasversale e non più rappresentativo di differenze sociali ma piuttosto del grado di vicinanza e intimità dei parlanti, compare anche nella relazione con il turista, sebbene nella maggior parte dei casi più come un vezzo folkloristico.

Veicolo di storia e tradizioni, soggetto a continue trasformazioni, "**soprattutto nelle relazioni con il turista straniero, il dialetto perde la sua funzione comunicativa, ancora presente negli scambi linguistici tra conterranei e rappresenta un elemento con forte valenza estetica", sottolinea il professore, "capace, perciò, di arricchire la conversazione ed aggiungere attrattività e fascino**" e regalando al turista elementi di autenticità e indizi per scoprire una popolazione dalla storia millenaria.

"E' chiaro", continua il prof. De Masi, "che con il turista bisogna parlare una lingua condivisa; ci si deve presentare come un parlante capace di comunicare e farsi capire" ribadisce "il dialetto entra nella conversazione come oggetto culturale, di contro rappresenterebbe un elemento di impoverimento". Nella migliore delle ipotesi, oltre che suggerire la corretta fonetica delle parole, sarebbe auspicabile dare al turista una spiegazione valida del termine ed avere qualche nozione di dialettologia. Ma lì dove mancano le competenze linguistiche speriamo ci sia almeno la proverbiale accoglienza dei salentini pronta a colmare qualsiasi carenza linguistica!

Vignetta di Enzo Grassi

SOCIAL MEDIA MARKETING

IL B2B VIRTUALE CHE ABBATTE LE DISTANZE

Il social media marketing porta l'azienda ad un dialogo diretto (e completo) con il proprio utente, creando un rapporto globale impossibile da pensare e da realizzare fino a qualche anno fa.

Tuttavia, per una corretta campagna e per una corretta immagine aziendale da trasmettere, bisogna aver ben chiari dei punti fondamentali.

Primo pilastro: non stiamo parlando di una imposizione invadente del brand aziendale, bensì la capacità di fidelizzare il follower all'azienda facendo diventare il brand "un essere parlante". Ovvero: **il brand aziendale deve interagire, deve diventare una sorta di "essere vivente", deve avere una sua storia da raccontare, avere un tono di voce, un volto**. Deve avere una personalità. E se fino a quel momento non l'ha mai avuta, i social sono il giusto momento per progettarla, scriverla, seguirla. Non basta mostrare un brand per promuoverlo, bisogna raccontarlo, farlo vivere, renderlo credibile.

Per riuscirci vanno seguite queste indicazioni chiave: conoscere ed ascoltare; interagire e coinvolgere; dialogare ed appassionare; offrire un valore aggiunto; creare e fidelizzare la community; avere un fine in ottica business, ovvero deve essere capace di creare un ritorno sull'azienda.

Per avere successo la community dei followers non va mai lasciata sola. Non basta crearla, bisogna curarla, accudirla, alimentarla, offrendo contenuti sempre nuovi, spunti di riflessione, momenti di coinvolgimento in cui siano loro i protagonisti e non semplicemente il brand, quasi fosse una cosa lontana e da "venerare". I follower vanno-e-vengono, oggi ci sono domani scelgono un altro brand. Per questo bisogna porger loro la mano dimostrando che un brand non è un'entità lontana, ma ha un'anima vicina…ai suoi amici.

Quando un follower diventa amico del brand, quando si sente parte integrante di una comunità che segue la sua stessa passione (che consuma lo stesso prodotto), l'utente-cliente diventa egli stesso un mezzo promozionale del brand. Diventa un testimonial che parlerà dell'azienda, ma che a sua volta avrà delle aspettative che l'azienda non dovrà deludere.

I social sono un mezzo di dialogo e di conoscenza. Abbattono le barriere, ci consentono di parlare con ogni parte del mondo, di dare indicazioni, finanche di chiudere affari, accorciando sia le distanze sia i tempi.

In questa grande ricchezza di opportunità, ricordiamo però che l'altra faccia della medaglia potrebbe essere letale: i social possono amplificare enormemente la reputazione di un brand, ma allo stesso tempo possono mandarne a picco la credibilità, davanti anche al più piccolo problema. **L'azienda deve essere pronta ad affrontare anche i problemi, pronta a dialogare anche nei momenti di crisi, aumentando così la sua credibilità, dando valore aggiunto alla sua vision.**

In due parole come ottenere un social brandig di successo? Strategia adeguata, personalizzata, con obiettivi raggiungibili. Senza improvvisazione, con consapevolezza e professionalità.

Manila Benedetto
Consulente Marketing e Comunicazione
Social Media Manager, Giornalista

MICROIMPRESE LUDICO RICREATIVE
quali servizi, in quale area geografica, con quale modello di impresa.

In questa sede, in linea con quanto si propone il G.A.L. Valle della Cupa in termini di promozione di iniziative nel comparto dei servizi ludico ricreativi, intendiamo sviluppare alcune considerazioni che, nella speranza di uno scenario di riferimento più positivo, possano contribuire ad un inquadramento gestionale più corretto delle stesse iniziative. Tali considerazioni fanno riferimento ai seguenti aspetti fra di loro interrelati:

- L'offerta di servizi e la struttura;
- L'ubicazione e l'area di attrazione;
- Il modello "d'impresa".

Riguardo il primo punto, immaginando di ancor più difficile attuazione una scelta di specializzazione spinta date le caratteristiche dell'area geografica di riferimento, **la sfida che si ha di fronte è quella di comporre un'offerta di servizi inerenti:**

- **Il baby parking;**
- **La ludoteca;**
- **I campus estivi;**

con una struttura fisica in grado di consentire l'organizzazione di attività in linea con le aspettative di qualità dei beneficiari diretti, bambini, ed indiretti, genitori, dei servizi. Da questo punto di vista non si può che immaginare, nell'ambito di un'auspicabile collaborazione con le Istituzioni pubbliche e private, una struttura che utilizza più tipologie di locali distribuite sul territorio ognuna con la propria destinazione d'uso.

Dal punto di vista del contenuto dei servizi gli sforzi devono essere indirizzati verso il superamento della semplice custodia dei bambini andando verso attività capaci di dare risposta alle diverse attitudini e propensioni dei beneficiari:

- animazione;
- organizzazione di giochi di società ed individuali come gli scacchi;
- organizzazione di laboratori riguardanti lingue straniere, informatica, multimedialità;
- teatro;
- ricerca e recupero delle tradizioni popolari;
- pittura ed altre attività manuali che stimolano la creatività.

Passando al secondo punto, quello relativo all'ubicazione, l'aspetto di maggior rilievo riguarda l'area di riferimento intesa come bacino di utenza. Le caratteristiche del nostro territorio spingono all'individuazione di un'area intercomunale in quanto ciascun Comune del Nord Salento, con popolazione compresa fra i 10 ed i 15 mila abitanti, da solo non esprime una domanda potenziale congrua all'ottimale funzionamento di una struttura di servizi ludico-ricreativa rivolta all'infanzia. **Questo comporta un forte impegno in termini di capacità di gestire relazioni con le diverse Istituzioni locali** e di costruzione della notorietà e dell'immagine degli organismi promotori delle iniziative.

Foto archivio GAL

Nel terzo punto relativo al modello "d'impresa" si fa riferimento innanzitutto all'approccio gestionale che deve caratterizzare le iniziative nel settore dei servizi ludico ricreativi all'infanzia. Le esperienze di tutti questi anni rendono oramai chiara l'**imprendiscibilità di un approccio di tipo imprenditoriale** inteso, non esclusivamente in termini di perseguimento del fine di lucro, ma come capacità di **orientamento al marketing che pone alla base l'individuazione delle esigenze dei propri clienti e la successiva organizzazione della struttura e delle attività in grado di soddisfarle.** Partendo da tale presupposto si può argomentare che ogni forma giuridica d'impresa può essere utilizzata per tali iniziative. Nella realtà bisogna comunque partire dalla natura e dal contesto in cui le iniziative nascono immaginando situazioni in cui può essere funzionale:

- l'**impresa privata individuale o in forma societaria** quando uno o più persone promuovono l'iniziativa partendo da proprie capacità economiche ed orientano il proprio interesse verso singoli sotto-segmenti di attività il che può risultare, come già detto, una criticità per un ottimale equilibrio gestionale;
- **la società cooperativa** quando in un contesto allargato e sotto la spinta di un'Istituzione pubblica e/o privata (come fondazioni private e parrocchie) un gruppo di persone manifestano l'interesse a realizzare l'iniziativa.

Foto archivio GAL

In questo secondo modello non si può non sottolineare che, accanto agli elementi di forza costituiti dalla varietà delle competenze e delle sensibilità dei singoli che consentono un'offerta articolata di servizi ed attività, vi sono alcune criticità legate alla capacità di esprimere una forte e convinta condivisione della missione del progetto ed una riconosciuta leadership per la gestione progetto stesso.

E' evidente che la presente trattazione non ha riguardato aspetti fiscali e normativi, non per la loro secondarietà, ma nella consapevolezza dell'importanza di un adeguato approccio alla progettazione dell'iniziativa che deve necessariamente partire dall'analisi socio-economica del territorio, rispetto alla quale effettuare le scelte in termini di offerta dei servizi, di struttura e di organizzazione delle risorse umane.

Dott. Francesco VALZANO
Dott.ssa Tiziana PETRELLI
Consulenti Aziendali

I CONTRIBUTI DEL GAL

Fino a 20.000,00 Euro a fondo perduto per aprire o innovare la tua Microimpresa ludico ricreativa.

Consulta il sito www.valledellacupa.it Bandi e Avvisi - Mis. 312 oppure chiama lo 0832753083

AGRICOLTURA SOCIALE E PET THERAPY

LE NUOVE FRONTIERE DELLE TERAPIE VERDI

Almeno una volta sarà capitato a tutti di provare benessere e pace interiore a contatto con la natura, non è difficile quindi intuire come **le attività legate all'agricoltura e all'ambiente stiano rivelando il loro grande potenziale terapeutico.** Lo conferma una recente indagine AIAB (Associazione Italiana Agricoltura Biologica), secondo cui le esperienze di agricoltura sociale sono aumentate dal 24,3% al 33% solo nel triennio 2007-2010. Iniziative ancora fin troppo legate alla capacità di innovazione e sperimentazione dei territori; che però si stanno diffondendo rapidamente in Europa e in Italia, dove appaiono i primi riconoscimenti normativi (vedi Emilia Romagna).

Ma cos'è l'Agricoltura sociale? Si tratta di attività agricole economicamente sostenibili che coinvolgono in modo attivo e partecipe diversi beneficiari come anziani, bambini, persone con disabilità fisiche o mentali, ex detenuti, migranti, le cui finalità sono quelli di generare benessere, favorire l'inclusione sociale e l'inserimento lavorativo.

Da sempre l'agricoltura è stata sinonimo di mutualità e solidarietà, sentimenti necessari ad affrontare la fatica del lavoro nei campi ma proprio quell'impegno collettivo restituiva dignità e fiducia alle persone. Da qui è nata l'idea di unire i servizi di utilità sociale alle attività agricole.

Un'opportunità in più per incrementare la multifunzionalità delle aziende agricole, in un periodo di crisi così forte: l'agricoltura sociale rappresenta uno stimolo a diversificare le attività economiche generando servizi e beni immateriali

Chi può fornire questi servizi? Enti Pubblici (enti socio sanitari, istituti di cura, penitenziari e scolastici) e privati (aziende agricole, ass. volontariato, fondazioni) che non devono cambiare attività ma avere voglia di accrescere le proprie competenze. Di fondamentale importanza in questo processo è la cooperazione tra attori diversi, accomunati dalla convinzione degli sviluppi sociali ed economici che possono avere le terapie verdi.

Quali sono i servizi e i benefici? Obiettivo dell'agricoltura sociale è di offrire servizi che permettono ai beneficiari di sentirsi attivi e partecipi, così da stimolare autostima e benessere sul piano fisico, mentale, sociale e psicologico. Si va quindi dalla coltivazione diretta, all'allevamento degli animali, dalla cura delle piante e degli animali sino ai laboratori ludico didattici. **In generale il prendersi cura di organismi viventi stimola il senso di responsabilità e socializzazione delle persone.**

Di seguito vengono illustrate alcune attività tipiche dell'agricoltura sociale.

Terapia orticolturale/Ortocultura terapeutica

Attività di cura e gestione del verde, coltivazione di fiori, ortaggi ed altre piante. Nella Terapia orticolturale l'attività di giardinaggio è strumento di riabilitazione psichica o fisica ed è un processo seguito da un terapeuta. L'ortocoltura terapeutica invece non persegue finalità mediche ma utilizza i benefici della relazione persona/piante per incrementare benessere fisico, psicologico e sociale. Sia l'una che l'altra si concentrano sul valore del processo di crescita delle piante più che sul prodotto finito.

Giardino per Alzheimer e anziani

È un percorso sensoriale guidato, che si svolge in spazi verdi privi di ostacoli, all'interno dei quali le persone affette da Alzheimer possono muoversi. Durante le camminate vengono stimolati i cinque sensi nel riconoscimento di piante ed odori di vario tipo.

Agriasilo

Veri e propri asili nido o scuole materne all'interno di strutture agricole, dove le attività di coltivazione, giardinaggio e osservazione della natura e degli animali diventano strumento di formazione per i bambini.

Attività Assistite con Animali o Pet Therapy

La Pet Therapy rientra tra le Attività Assistite con Animali (AAA). Più che una terapia è un'azione ludico ricreativa che coadiuva altri tipi di cure grazie all'intervento della coppia operatore/animale. Elimina stress, depressione e ansia grazie agli animali che sono dei veri e propri assistenti emozionali perché stimolano canali di comunicazione ed interazione nuovi. I cane è tra gli animali prescelti perché vicino all'essere umano ma si può ricorrere anche ad altri animali.

Terapie Assistite con Animali

Le Terapie Assistite con Animali (AAT) sono delle vere e proprie attività terapeutiche finalizzate a migliorare le condizioni di salute di un paziente disabile o con disagio psichico-sociale in campo cognitivo, comportamentale, psicologico.

- **Ippoterapia.** La terapia con il mezzo del cavallo (T.M.C.) rientra nelle AAT. È una vera e propria attività terapeutica che migliora le condizioni di salute dei pazienti: il passo del cavallo, paragonabile al movimento del corpo umano in cammino, risulta benefico.

- **Onoterapia** Il termine deriva dal greco ònos, asino. La relazione di fiducia tra paziente ed asino è la base su cui viene costruito un percorsi di responsabilizzazione, cura, attenzione ed autostima per il beneficiario. L'onoterapia rientra tra le AAT e coinvolge molteplici sfere della persona (psichica, affettiva, fisica), grazie ad un complesso di tecniche educative e riabilitative permette di superare le difficoltà sensoriali. Perché l'asino? Perché è un animale morbido da toccare, lento nei movimenti, paziente, fedele socievole e con una buona memoria.

Ilaria Florio

I CONTRIBUTI DEL GAL

Il GAL con la misura 311 azione 2 e 3 ha finanziato investimenti funzionali per la gestione di masserie sociali e didattiche. Inoltre, con la misura 321 ha finanziato gli enti locali per la fornitura di servizi innovativi per la popolazione rurale.

Foto di Vincenzo Rabia www.asinisinascelombardia.it

IppoSalento offre i suoi servizi c/o la Scuola di Cavalleria di Lecce e c/o la fattoria sociale Le Quattro Pizzure , collabora con A.N.I.R.E.

IPPOTERAPIA: CURARSI CON I CAVALLI

intervista alla dott.ssa Patrizia Stefanelli, associazione Ipposalento

A ben guardare l'etimologia della parola svela già molto su questa realtà così diffusa; infatti hippos significa cavallo e therapeia, cura. Si tratta di una metodologia curativa ben precisa, che utilizza un insieme di tecniche mediche per agire beneficamente durante l'interazione persona/cavallo; ne ha parlato con noi Patrizia Stefanelli, pedagogista esperta di ippoterapia e socia fondatrice dell'ass. Ipposalento.

"Il termine viene utilizzato in modo parziale; l'ippoterapia è una parte di un percorso riabilitativo più complesso, che inizia con le tecniche di ippoterapia ma prosegue con altre fasi: la riabilitazione, la fase presportiva ed infine quella sportiva".

Il metodo utilizzato dall'associazione è quello della Terapia con il Mezzo del Cavallo (T.M.C.): "un procedimento riabilitativo globale che si prende cura dell'intera persona, sollecitando la partecipazione di tutto l'individuo attraverso competenze fisiche e psichiche, senza mettere in risalto alcun deficit personale". Ed è proprio in quello spazio aperto e privo di confini, che si crea nella relazione persona/cavallo, che le cure riabilitative trovano terreno fertile.

Supportate anche da incontri con una psicologa per migliorare l'approccio globale alla persona, le attività si svolgono sempre in un'atmosfera di gioco e sport, sebbene le azioni non si esauriscano a questi momenti ludici. "La fase sportiva", spiega la dott.ssa "si riferisce ad una disciplina che promuove inclusione sociale e socializzazione, come il volteggio e gli attacchi".

L'associazione Ipposalento lavora con adolescenti e pre adolescenti 6/18 anni ma anche con bambini di 0/6. Con i più piccoli si parla di maternage, spiega ancora la dott.ssa, "è incredibile vedere come grazie ai movimenti del cavallo, i bambini tendano a girarsi verso l'operatore e a rannicchiarsi come se ritornassero alla fase uterina".

La terapia è rivolta in modo particolare a chi ha difficoltà motorie, problemi comportamentali/cognitivi come l'autismo o la dislessia ma in generale "al contrario di quanto si pensi è adatta a tutti perché in grado di rafforzare autostima e senso di responsabilità".

I benefici effetti dell'ippoterapia sono veramente tanti che non resta che provarci!

Inquadra il QR-Code per vedere l'intervista

Foto di Patrizia Stefanelli Associazione Ipposalento

Inquadra il QR-Code per vedere l'intervista

ORTOPORTO: Il primo progetto di agricoltura sociale a Lecce

Svegliarsi presto al mattino, dare l'acqua alle piante, raccogliere gli ortaggi, cucinare e pranzare insieme. **Sembrano le azioni di un agricoltore tipo ed invece sono quelle della Comunità Residenziale di Assistenza Psichiatrica (CRAP) di Villa Libertini, impegnata nel progetto ORTOPORTO.**

Si tratta della prima iniziativa di Agricoltura Sociale della provincia di Lecce, una straordinaria esperienza portata avanti da persone che hanno creduto nel potenziale terapeutico della natura, come Sergio Longo, ideatore del progetto e responsabile psichiatra della struttura e Chiara Reho, tecnica di riabilitazione psichiatrica. Già dal nome, Ortoporto, si intuisce la volontà di mescolare l'orto alla città, di aprire un luogo rimasto chiuso sinora e renderlo partecipe della vita della comunità. Partito con la raccolta fondi, avviata durante uno Slow Food Day, il progetto ha successivamente avuto il sostegno di altri, come l'Associazione Regionale Masserie Didattiche, l'Azienda Vitivinicola Candido, Condotta Slow Food, FM Salento, Gruppo Scout Agesci 3, il Birrificio B94 e naturalmente la Asl Lecce. "Tutto è iniziato con i Laboratori del Gusto all'interno del CRAP", racconta Alessandro Rizzo di Slow Food, "attraverso la degustazione di prodotti locali, abbiamo stimolato gli ospiti del CRAP a fare maggiore attenzione al gusto, distinguendo sapori ed odori." Gli ottimi risultati dell'iniziativa hanno incoraggiato gli operatori ad andare avanti (in modo del tutto volontario); il passo successivo è stato la riqualificazione dell'area verde presente nella struttura e la creazione di un orto, tuttora curato dai 14 ospiti.

"L'idea era quella di rendere i pazienti attivi e partecipi, superando le logiche assistenzialiste e passive" rivela il dott. Longo "così abbiamo deciso di partire dal cibo per stimolare la partecipazione e l'interesse sulla qualità e la provenienza dei prodotti".

Foto di Chiara Reho

Concetti universali come il rispetto dell'ambiente e la qualità degli alimenti sono diventati un efficace strumento riabilitativo per i pazienti, che hanno intrapreso percorsi di autonomizzazione attraverso la bonifica, la coltivazione, il compostaggio e la cucina.

Attività che hanno influito positivamente sulla vita del centro; "spesso infatti" diagnostica il dott. Longo, "gli esiti concreti della produzione migliorano autostima e rispetto di sé, con ricadute positive nella relazione verso gli altri" e la differenza tra il prima e il dopo si vede dalla vitalità dei pazienti "perché si sentono utili per sé e per gli altri" conclude la dott.ssa Reho.

Purtroppo, nonostante i risultati positivi, il principale limite di iniziative come questa è la carenza di risorse. Il progetto Ortoporto, ad esempio, sarebbe pronto a fare il salto di qualità, diventando una cooperativa di tipo B che realizzi la completa autonomia dei pazienti; mancano però le risorse umane ed economiche. La fase di semina è stata avviata, ora non resta che augurarsi che il raccolto sia altrettanto buono!

Ilaria Florio

I PATRIARCHI VERDI DEL SALENTO: GLI ULIVI MONUMENTALI

Foto di Luca Oliani

Non si può parlare del Mediterraneo solo e sempre perché è stato la culla della civiltà. Se ne analizziamo la storia, appare evidente che esso è stato anche e principalmente la patria storica dell'ulivo il quale per questa specialissima ragione è assurto a simbolo fondamentale della storia dell'umanità.

Da Ovidio a Virgilio sino ai cantori "lirici", tutti ne hanno decantato le lodi senza dimenticare le leggi emanate dai grandi sovrani greci illuminati che (come Solone ad esempio) già 2500 anni fa hanno protetto questa produttiva, maestosa seppur umile pianta, che con la sua eterna presenza ha rappresentato la più significativa tradizione di coltura del Mediterraneo.

Molti sono i campi dove ancora oggi si erge l'ulivo, maestoso, plurisecolare, dal tronco tozzo, la chioma sbilenca, forgiato dal vento e da un clima talvolta arido talvolta salmastro.

Gli ulivi puntellano le nostre contrade, costeggiano le vie di grande comunicazione, offrono al turista che arriva, ignaro, nel Salento, uno spettacolo imprevisto e sempre fascinoso. Bellezza, forza, produttività: sono gli aspetti che caratterizzano questi patriarchi arborei delle nostre terre.

Caratteristiche che appartengono a quelle dell'umile pianta che continua a produrre nei secoli quell'olio, splendido nettare e un tempo "moneta di scambio" per i popoli dell'antichità, strumento di sopravvivenza per l'uomo e ancor oggi alimento prezioso e unico, specie se (in ossequio alle varie diete consigliate) se ne fa un uso alimentare insostituibile e al posto di altri condimenti.

Poichè siamo convinti che il turista possa apprezzare l'olio spremuto dalle olive dei nostri alberi secolari e monumentali è quasi obbligatoria ed ineludibile la salvaguardia di questi giganti delle nostre campagne e per questa ragione ora come allora l'ulivo deve tornare ad essere "moneta" corrente oltre che spettacolo affascinante per la vista del forestiero che qui giunge richiamato dal"genius loci" delle 12 Terre.

Obbiettivo del GAL è appunto salvaguardare, in linea con quanto indicato dai Regolamenti e dalle Direttive Europee e dalla Legge Regionale n. 14 del 4/6/2007 (Regione Puglia), gli ulivi secolari e monumentali considerati quali elementi distintivi e rappresentativi del patrimonio culturale ed ambientale pugliese, e a giusta ragione, patrimonio rurale da salvaguardare.

Nell'ambito della misura 323 volta alla "tutela e riqualificazione del patrimonio rurale" sono state previste nell'azione n.5 forme di aiuto e sostegno a fondo perduto per la manutenzione straordinaria degli olivi monumentali (vedi maggiori informazioni sul sito www.valledellacupa.it - sezione bandi in corso).

Con ciò il GAL, vuole puntarea alla creazione di itinerari turistici fra i tratturi e le campagne, fra le "pagghiare" e i fienili che puntellano i maestosi uliveti ed attraversano le 12 Terre, in cui si stagliano queste meravigliose creature. Stimolare sensazioni nel visitatore attraverso le emozioni suscitate dalla visione di queste meravigliose piante e dare all'ospite la possibilità di assaggiare lo stesso olio prodotto per secoli da una stessa pianta (con la creazione di etichette di olio d'oliva che deriva da ulivi secolari per esempio), sono certamente attività che possono essere utili a far tornare da noi il turista e allo stesso tempo, a ridonare quel sapore arcaico, solenne, che sempre è appartenuto alla civiltà contadina, alla civiltà mediterranea, alla nostra civiltà.

Dott. Alessandro Capodieci
Direttore Marketing GAL

QUANDO UN ULIVO È DEFINITO "MOUNUMENTALE"

Sulla base della Legge Regionale del 4 giugno 2007, n. 14 il carattere di monumentalità viene attribuito quando:
-dimensioni del tronco della pianta, con diametro uguale o superiore a centimetri 100, misurato all'altezza di centimetri 130 dal suolo; nel caso di alberi con tronco frammentato il diametro è quello complessivo ottenuto ricostruendo la forma teorica del tronco intero;
- o accertato valore storico-antropologico per citazione o rappresentazione in documenti o rappresentazioni iconiche-storiche.
Per maggiori informazioni sulle procedure di riconoscimento consultare il sito http://ecologia.regionel.puglia.it

IL GAL E LE ENERGIE RINNOVABILI

Il GAL Valle della Cupa Nord Salento attraverso la MISURA 311 Az. 5 concede contributi a fondo perduto per "Investimenti funzionali alla produzione e alla vendita ai soggetti gestori di energia da fonti energetiche rinnovabili (fotovoltaico e minieolico) e per la realizzazioni di impianti a biomasse-biogas".

I soggetti beneficiari sono gli imprenditori agricoli in forma singola o associata e gli interventi possono essere realizzati nelle 12 Terre rientranti nel GAL Valle della Cupa Nord Salento.

Per gli **impianti fotovoltaici e minieolici** la potenza massima dell'impianto può essere di 100 KW ed il contributo a fondo perduto è il 40% della spesa massima ammissibile pari a 1600 €uro per KW installato (€uro 640,00). Per gli **impianti di biomasse-biogas** la potenza massima dell'impianto può essere di 200 KW. Le risorse pubbliche disponibili sono €uro 229.231

Maggiori informazioni sono disponibili sul sito www.valledellacupa.it sezione Bandi in corso.

Foto di Luca Oliani

Laboratorio... penne al dente

I piatti della tradizione

Sibilla

La sibilla è un dolce nato intorno agli anni '70 in una nota pasticceria di Galatina (pasticceria Eros) allorquando il padre dello chef Luigi Derniolo decise di creare un dolce con tutto ciò che nella pasticceria tradizionale salentina si usava a quel tempo. Per cui nel dolce si ritrovano tutti i sapori della tipica pasticceria artigianale del Salento.

INGREDIENTI:
Pasta di mandorla
Crema al burro alla nocciola
Pan di spagna con marmellata
Cioccolato fondente

PREPARAZIONE
Si stende la pasta di mandorla e si taglia un dischetto che verrà adagiato in uno stampo esagonale, il quale verrà riempito con uno strato di pan di spagna aromatizzato con della strega ed al quale sarà stato incorporata precedentemente della marmellata. Su tale strato si dispone uno strato di crema al burro; il tutto verrà richiuso con un altro strato di pasta di mandorla. Una volta sformato il tutto viene glassato con cioccolato fondente.

Chef
Luigi Derniolo

Penne al dente

Una kermesse culinaria molto originale, ideata e organizzata con Coldiretti Lecce, che ha avuto inizio in occasione della Fòcara di Novoli 2013, all'interno del Salone dell'agroalimentare Cupagri. Un laboratorio di cucina a base di prodotti a km zero, messi a disposizione da Campagna Amica di Coldiretti. Protagonisti dell'iniziativa alcuni giornalisti locali, che per un giorno hanno lasciato penne e computer e, insieme agli chef, hanno dato vita ad una vera e propria gara, dove sono stati rivisitati alcuni piatti della tradizione salentina.

Curiosità
La mandorla

La mandorla è un prezioso seme ricco di vitamine e di minerali, utilissimi per il benessere delle ossa (contro l'osteoporosi) ma anche per mantenere stabile la glicemia in chi soffre di diabete, grazie allíalto contenuto di magnesio, minerale importantissimo per la salute e l'equilibrio psicofisico.
Oltre al magnesio nelle mandorle sono presenti ferro, calcio, fosforo, vitamina E, vitamina B1 e vitamina B2. Molto importante il ruolo della vitamina E che svolge un'azione determinante nell'attenuazione del rischio di attacchi cardiaci. Inoltre le mandorle sono ricche di grassi, soprattutto insaturi, proteine, carboidrati e fibre utili per regolarizzare la funzione intestinale, lubrificare il sistema digerente e depurare il sangue.

fino a
20.000,00 €
CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO
MIS. 312 MICROIMPRESA
Azioni1-2-3-4
Riapertura Bando:
25 Settembre 2013
Scadenza: 60 gg

ARTIGIANATO
(lavorazione pane, pasta, dolci, articoli pelle , confezioni abbigliamento, ricami, fabbricazione oggetti in ferro, mobili, bigiotteria, lavorazione legno, pietre, ceramiche, vetro, marmo, ...etc)

COMMERCIO
(compreso l'ambulante)
frutta e verdura, pane, dolci, confetteria, filati, tende, tappeti, erboristerie, oggetti artigianato,....etc.)

SERVIZI ALLE PERSONE
(baby sitting, ludoteche, assistenza anziani, attività intrattenimento e divertimento, ...etc.)

TEMPO LIBERO
(corsi di danza, corsi sportivi, cinema, teatro, recitazione, gestione piscine, palestre, impianti sportivi, ...etc.)

e ancora Contributi a fondo perduto:

fino a
25.000,00 €

AFFITTACAMERE
CASA VACANZE
MIS. 313 AZ. 5
Riapertura Bando:
25 Settembre 2013
Scadenza: 60 gg

IN-FORMATI
su BANDI E AVVISI

Misura 312 - Sostegno e creazione microimprese

AZIONE 1 - Artigianato tipico locale
AZIONE 2 - Commercio relativo ai prodotti tradizionali e tipici
AZIONE 3 - Servizi alla popolazione locale
AZIONE 4 - Servizi attinenti il tempo libero
Contributi a fondo perduto fino a 20.000,00 Euro

Misura 313 - "Incentivazione di attività turistiche"

AZIONE 5 - AFFITTACAMERE E CASA VACANZE
Contributi a fondo perduto fino a 25.000,00 Euro

Misura 323 - "Tutela e riqualificazione del patrimonio rurale"

AZIONE 1- Restauro e valorizzazione beni interesse storico e culturale
Contributi a fondo perduto per investimenti fino ad un massimo di 110.000,00 Euro (50% di 220.000,00 Euro)

AZIONE 2 - Manutenzione straordinaria olivi monumentali
Contributi a fondo perduto per investimenti fino ad un massimo di 52,00 Euro per pianta (50% di 104,00 Euro)

Misura 311 - Diversificazione in attività non agricole

AZIONE 1 - Investimenti funzionali alla fornitura di ospitalità AGRITURISTICA
Contributi a fondo perduto fino a 140.000,00 Euro

AZIONE 5 - Investimenti per la produzione e vendita energia da FOTOVOLTAICO e MINIEOLICO max 100 kw
Contributi a fondo perduto fino al 40% del massimale di spesa ammissibile

AZIONE 5 - Investimenti per la produzione e vendita energia da BIOMASSE e BIOGAS max 200 kw
Contributi a fondo perduto fino al 40% del massimale di spesa ammissibile

Misura 331 - Formazione e Informazione

AZIONE 1 - Formazione
"Voucher formativi" a fondo perduto fino a 3.000,00 Euro

GAL Valle della Cupa
Agenzia di sviluppo locale

COPAGRI
Informati con il Gal Valle della Cupa

Pubblicazione Settembre-Ottobre 2013

Cupagri
Iscritto al n° 5
del Registro della Stampa
del Tribunale di Lecce
08/04/2013

Editore:
GAL Valle della Cupa Nord Salento S.r.l.

Direttore responsabile:
Salvatore Papa

Direttore Editoriale:
Alessandro Capodieci
In redazione:
Ilaria Florio, Salvatore Papa, Alessandro Capodieci

Immagine di copertina:
foto di **Michela Taeggi**
per Associazione Asini si nasce

Progetto grafico e stampa:
Nuova Publigrafic s.r.l.

Per informazioni:
www.valledellacupa.it
Tel. 0832.753083
info@valledellacupa.it