

Il Polo "Euromediterraneo" Jean Monnet



UNIVERSITÀ DEL SALENTO
FACOLTÀ DI LINGUE E LETTERATURE
STRANIERE



C.U.M.
COMUNITÀ UNIVERSITÀ MEDITERRANEE



PROGRAMMA MEDITERRANEO

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI
DIPARTIMENTO GIURIDICO DELLE ISTITUZIONI,
AMMINISTRAZIONE E LIBERTÀ



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FOGGIA
FACOLTÀ DI MEDICINA E CHIRURGIA
FACOLTÀ DI LETTERE E FILOSOFIA

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BERGAMO
FACOLTÀ DI LINGUE E LETTERATURE
STRANIERE



POLITECNICO DI BARI
FACOLTÀ DI ARCHITETTURA

TECA DEL MEDITERRANEO
BIBLIOTECA & CENTRO DI DOCUMENTAZIONE
DEL CONSIGLIO REGIONALE DELLA PUGLIA



ISTITUTO REGIONALE RICERCHE
EDUCATIVE PUGLIA

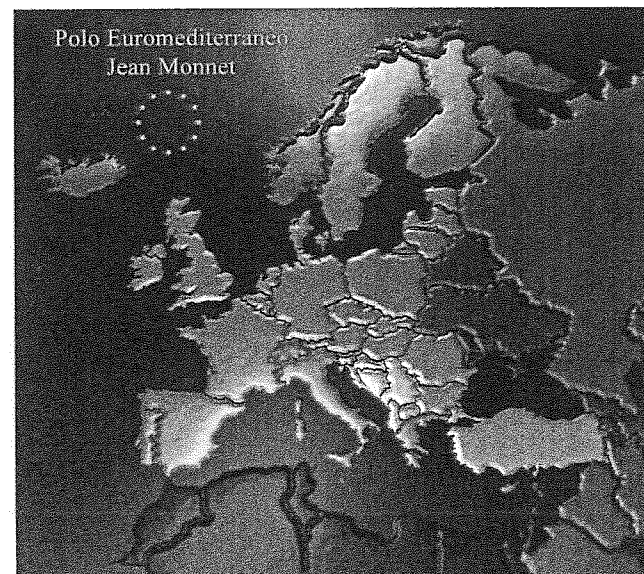
ISBN 978-88-902811-0-5

Guida didattica all'impostazione LEADER, da una iniziativa ad un metodo
Iniziativa di comunicazione promossa dal Polo Euromediterraneo Jean Monnet
a cura di Cosimo Notarstefano



**DA UNA INIZIATIVA
AD UN METODO**

Iniziativa di comunicazione promossa dal Polo Euromediterraneo Jean Monnet
a cura di Cosimo Notarstefano



L **GUIDA DIDATTICA**
ALL'IMPOSTAZIONE

E A D E

R

LEADER

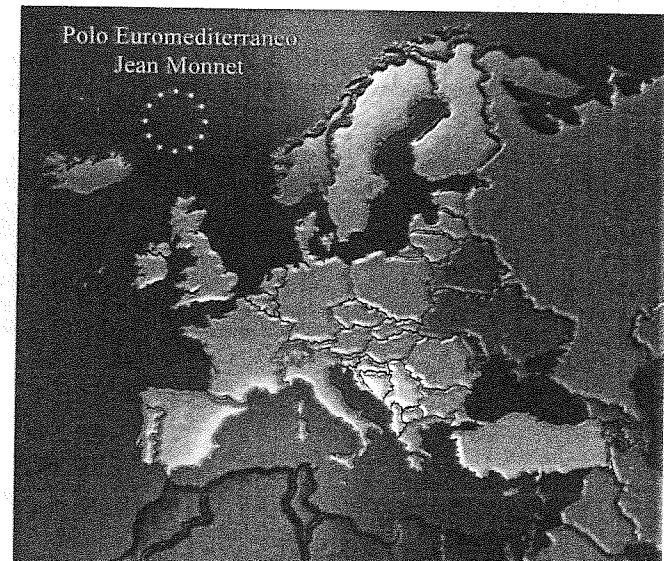
LEADER

LEADER



DA UNA INIZIATIVA
AD UN METODO

*Iniziativa di comunicazione promossa dal Polo Euromediterraneo Jean Monnet
a cura di Cosimo Notarstefano*



Guida didattica all'impostazione LEADER¹

Premessa introduttiva*

Tra le iniziative comunitarie avviate durante il periodo programmazione 1989-1993¹, l'attuazione dei programmi LEADER (*Liaisons entre actions de développement de l'économie rurale*) rappresenta, pur tra le molteplici difficoltà riscontrate, un notevole capitale di esperienze acquisite e un valido caleidoscopio di insegnamenti in tema di sviluppo delle zone rurali europee.

La Comunicazione della Commissione "Il futuro del mondo rurale" al Consiglio e al Parlamento europeo, costituisce una pietra miliare quale analisi sulle prospettive di sviluppo delle aree rurali al fine di "valorizzare il potenziale di sviluppo endogeno"². A tale documento si può, quindi, far risalire la ratio ispiratrice dell'Iniziativa Comunitaria Leader che, nel corso degli ultimi due decenni, è stata caratterizzata dal susseguirsi di ben tre distinte edizioni: "LEADER I" 1991-1993³, "LEADER II" 1994-1999⁴ e "LEADER +" 2000-2006⁵.

* Cosimo Notarstefano CUM - Polo Euromediterraneo Jean Monnet (Università degli Studi di Lecce, Bergamo, Bari, Foggia)

¹ Trattasi: INTERREG (Cooperazione transfrontaliera, interregionale e transnazionale); REGEN (Reti energetiche transnazionali); REGIS (Integrazione regioni europee remote); LEADER (Sviluppo Rurale); NOW, HORIZON, EUROFORM, (Sviluppo delle risorse umane); URBAN (Sviluppo aree urbane in crisi); STRIDE, TELEMATICA, PRISMA (Ricerca, innovazione tecnologica e sistemi qualità per le PMI); RESIDER, RENAVAL, RECHARD, RETEX e KONVER Riconversione o diversificazione dei sistemi locali dipendenti da settori specifici (siderurgia, tessile, carbonifero, difesa, pesca); ENVIREG (Protezione ambientale).

² COM (88) 501 def. del 29/07/1988. Si afferma che "(...) i pubblici poteri sono costretti ad intervenire continuamente nel mondo rurale per comporre i conflitti che sorgono (...) Questi interventi non possono però conseguire l'impatto voluto se isolati, ma richiedono l'adozione di una strategia coerente." Inoltre la (...) "La concezione della Commissione in materia di sviluppo rurale si ispira a tre principi fondamentali:

- La coesione economica e sociale in una Comunità ampliata e con forti disparità regionali;
- L'indispensabile adattamento dell'agricoltura europea alle realtà dei mercati (...)
- La protezione dell'ambiente e il mantenimento del patrimonio naturale della Comunità.

³ Comunicazione agli Stati membri (GUCE C 73/91) del 19 marzo 1991, che sottolinea "Il riequilibrio delle attività ed il mantenimento di un tessuto socio-economico sufficientemente diversificato implicano un'impostazione decisamente endogena e decentrata che poggi su adeguate capacità di animazione e consulenza. A questo fine, l'iniziativa intende costituire una rete di gruppi di azione locale per lo sviluppo rurale (in appresso denominati gruppi) dotati di un ampio margine di valutazione per attuare, a livello locale, le azioni finanziate nel quadro delle sovvenzioni globali nazionali. La loro azione intende essere complementare alle misure di sviluppo rurale previste dai quadri comunitari di sostegno. Scopo dell'iniziativa, è di reperire soluzioni innovative, aventi valore esemplare per tutte le zone rurali della Comunità, e di pervenire ad un'integrazione ottimale dei vari interventi settoriali". Pertanto, gli obiettivi e le strategie sviluppati nel Leader I possono essere così sintetizzati: - attivare una serie di iniziative dimostrative dello sviluppo rurale in aree limitate mediante l'erogazione di finanziamenti provenienti dai tre fondi comunitari e dallo Stato membro; - promuovere la creazione di GAL quali soggetti attuatori dello sviluppo rurale nelle diverse aree, costituiti da operatori economici e sociali della zona; - individuare e sperimentare soluzioni innovative di sviluppo rurale; - ottenere un effetto moltiplicatore delle iniziative locali; - incentivare lo sviluppo di iniziative nei diversi settori economici creando sinergie tra gli stessi; - sollecitare ed attivare lo scambio di informazioni

⁴ Comunicazione agli Stati membri recante orientamenti per la concessione di sovvenzioni globali o per programmi operativi integrati sulla base di richieste di contributo che gli Stati membri sono invitati a presentare nell'ambito di un'Iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale (GUCE C 180 del 1 luglio 1994), che ripropone l'iniziativa in quanto "(Leader I)... ha consentito di sperimentare impostazioni endogene e locali, spesso innovative, dello sviluppo rurale. L'esperienza ha dimostrato la validità di questa impostazione che consente di valorizzare le risorse sia degli operatori che dei territori rurali nel contesto di una politica globale di dinamicizzazione dello sviluppo rurale. Le reazioni al Libro verde della Commissione sulle iniziative comunitarie e in particolare all'iniziativa di sviluppo rurale Leader (oltre 250 risposte, spesso collettive, rappresentanti migliaia di organismi o enti coinvolti nello sviluppo rurale) sottolineano la necessità di proseguire, rafforzare e meglio coordinare questo tipo di azione, prefiggendosi obiettivi ancora più ambiziosi ed essendo ancora più esigenti circa la qualità dei progetti finanziati..." (Ibidem, p.48).

⁵ Comunicazione agli Stati membri del 14 aprile 2000 recante gli orientamenti per l'iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale (Leader+) (GUCE C 139 del 18 maggio 2000).

La presente pubblicazione (edita fuori commercio) è stata realizzata nell'ambito delle iniziative di comunicazione istituzionale promosse dal Polo Euromediterraneo Jean Monnet con il contributo scientifico della Comunità delle Università Mediterranee



La rielaborazione per fini didattici della presente **Guida didattica all'impostazione LEADER - Da una iniziativa ad un metodo** ha beneficiato del contributo finanziario del POR Puglia 2000-2006 - Assessorato alla formazione professionale - Mis. 1.10 Az. b a avviso n. 5 corso di Agente di sviluppo agrituristico BURP n.77 suppl. del 22-6-2006

L'edizione originaria (versione solo su CD-ROM) della **Guida didattica all'impostazione LEADER - Da una iniziativa ad un metodo**, © 2001 Osservatorio europeo LEADER / AEIDL, risale al 2001 a cura di: Catherine de Borchgrave e Rosario Cañavate (Osservatorio europeo LEADER), Edith Chardon (Contrechamp@Lione, Francia) Yves Champetier (Chambre de Commerce et d'Industrie, Montpellier, Francia), Eveline Durieux (Osservatorio europeo LEADER), Martine François (GRET, Paris/Bergerie Nationale, Rambouillet, Francia) e Jean-Luc Janot (Osservatorio europeo LEADER). Responsabile della produzione: Christine Charlier (Osservatorio europeo LEADER) Traduzione dal francese: Clara Fusco

Si ringraziano per la presente edizione:
Stéphane Rault - Information and Communication
Officer Unit "Consistency of Rural Development" - European Commission
Directorate - General for Agriculture and Rural Development
Virginia Valzano - Direttore Coordinamento S.I.B.A. - Università degli Studi di Lecce

Iniziativa Leader	Numero di GAL	Zone interessate	Finanziamenti UE	Periodo
Leader I	217	367.000 km ²	442 milioni di €	1991-1993
Leader II	906	1.375.144 km ²	1.755 milioni di €	1994-1999
Leader +	893	1.577.386 km ²	2.105,1 milioni di €	2000-2006

Fonte: COMMISSIONE EUROPEA - DIREZIONE GENERALE AGRICOLTURA E SVILUPPO RURALE, 2006

L'edizione LEADER+ 2000-2006, è articolata in tre distinte sezioni:

SEZIONE 1: SOSTEGNO A STRATEGIE PILOTA DI SVILUPPO RURALE A CARATTERE TERRITORIALE E INTEGRATO, FONDATE SU UN APPROCCIO ASCENDENTE E SUL PARTENARIATO ORIZZONTALE.

I temi catalizzatori a livello europeo sono:

- utilizzazione di nuovi *know-how* e nuove tecnologie per aumentare la competitività dei prodotti e dei servizi dei territori rurali in questione;
- miglioramento della qualità di vita nelle zone rurali;
- valorizzazione di prodotti locali, (in particolare agevolando mediante un'azione collettiva l'accesso ai mercati per le piccole strutture produttive) e di risorse naturali/culturali, compresi i siti di interesse comunitario Natura 2000.

Nell'ambito di LEADER+ la sperimentazione già avviata con LEADER I e LEADER II è stata approfondita con impostazioni di sviluppo rurale originali e ambiziose, complementari rispetto agli interventi dei programmi generali applicati nelle regioni e nel territorio in questione.

Il concetto di "strategia pilota" può essere definito in base ai seguenti criteri indicativi:

- nascita di nuovi prodotti e servizi che includono le specificità locali;
- nuovi metodi atti a interconnettere le risorse umane, naturali e/o finanziarie del territorio ai fini di un migliore sfruttamento del suo potenziale endogeno;
- interconnessioni tra settori economici tradizionalmente distinti;
- formule originali di organizzazione e di partecipazione delle comunità locali alle fasi decisionali e attuative.

SEZIONE 2: SOSTEGNO A FORME DI COOPERAZIONE INTERTERRITORIALE E TRANSNAZIONALE

LEADER+ mira a promuovere azioni di cooperazione all'interno di uno Stato membro (*cooperazione interterritoriale*), tra diversi Stati membri (*cooperazione transnazionale*) e/o paesi terzi in grado di apportare un valore aggiunto al territorio e si prefigge due obiettivi sinergici:

- raggiungere la massa critica necessaria a garantire la vitalità di un progetto comune;
- ricercare complementarità.

Cooperazione interterritoriale

Possono beneficiare del contributo comunitario solo gli interventi che interessano territori selezionati nell'ambito di LEADER+.

Cooperazione transnazionale⁶

La cooperazione transnazionale è applicabile ai gruppi di azione locale appartenenti ad almeno due Stati membri. Tuttavia, qualora un territorio selezionato nell'ambito di LEADER+ avvii una cooperazione alle condizioni previste dalla presente sezione con un territorio di un paese terzo, le relative spese riguardanti il territorio LEADER+ sono ammissibili.

SEZIONE 3: CREAZIONE DI RETI TRA TUTTI I TERRITORI RURALI DELL'UNIONE EUROPEA

La creazione di una rete dei territori rurali, beneficiari o meno dell'iniziativa, e per tutti gli organismi e le amministrazioni partecipanti alle azioni territoriali in questione, viene sostenuta a fini di scambio e di trasferimento di esperienze, stimolo e concretizzazione della cooperazione tra territori, informazione e insegnamenti da trarre in materia di sviluppo rurale territoriale.

La Commissione raccomanda che l'unità di animazione della rete si faccia carico delle attività di individuazione, analisi e informazione a livello nazionale sulle buone prassi trasferibili, organizzazione di scambi di esperienze e di *know-how* a favore soprattutto dei territori in ritardo di sviluppo affinché possano beneficiare dei risultati conseguiti dai GAL più esperti, assistenza tecnica alla cooperazione di prossimità e transnazionale.

Sin dal loro avvio a «carattere pilota», i programmi Leader⁷ hanno fornito alle comunità rurali gli strumenti metodologici per svolgere un ruolo attivo alla definizione del loro futuro, tanto da assurgere a parte integrante della elaborazione e relativa attuazione di politiche di sviluppo rurale.

È opportuno far notare che, nel periodo di programmazione 2007-2013, Leader non costituirà più un programma a se stante ma, sarà integrato in tutti i programmi nazionali/regionali di sviluppo rurale, aprendo nuove prospettive per la sua applicazione su scala più ampia e di iniziative di sviluppo rurale rispetto a quanto non sia avvenuto fino a oggi.

⁶ «La cooperazione transnazionale tra Stati membri, oltre ai territori selezionati nell'ambito di Leader+, potrà riguardare anche i territori selezionati nell'ambito di Leader I e II o altri territori rurali organizzati secondo l'approccio Leader e riconosciuti dallo Stato membro. Solo le operazioni riguardanti i territori selezionati nell'ambito di Leader+ potranno beneficiare del cofinanziamento comunitario. Tuttavia, le spese di animazione sono ammissibili per tutti i territori interessati. (GUUE n.262 del 31.10.2003, p. 18).

⁷ Leader integra altri programmi europei e nazionali. Le azioni di Leader, infatti, permettono di attivare e mobilitare risorse locali, finanziando progetti preliminari alla fase di sviluppo (quali studi diagnostici e di fattibilità e sviluppo di capacità locali) che migliorano le possibilità di una zona di avere accesso e utilizzare non solo i fondi Leader ma anche altre fonti di finanziamento (ad esempio, altri programmi di sviluppo rurale e regionale a livello UE e nazionale). Leader sostiene inoltre settori e categorie di beneficiari che spesso non ottengono finanziamenti, o solo finanziamenti limitati, nel quadro di altri programmi che operano nelle zone rurali negli ambiti delle attività culturali, della valorizzazione del patrimonio naturale, della riabilitazione degli edifici di valore storico e architettonico, dell'agriturismo, del miglioramento dei rapporti tra produttori e consumatori, ecc.

In tale contesto evolutivo, il 20 settembre 2005, il Consiglio approvava il nuovo Regolamento (CE) n. 1698 sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) per il prossimo periodo di programmazione che assegna una maggiore importanza all'approccio di tipo Leader.

Non a caso si considerava che "l'iniziativa Leader, al termine di tre periodi di programmazione, ha raggiunto uno stadio di maturità che consente alle zone rurali di adottarne l'approccio più ampiamente, nell'ambito della programmazione generale dello sviluppo rurale. Si dovrebbe pertanto provvedere a trasporre i principi basilari dell'approccio Leader nei programmi di sviluppo rurale, creandovi un apposito asse, e definire i gruppi di azione locale e gli interventi da finanziare, tra cui la capacità di partenariato, l'attuazione di strategie locali, la cooperazione, la costituzione di reti e l'acquisizione di competenze"⁸.

Il suddetto regolamento dedica l'asse 4 al Leader e in particolare l'articolo 61 rubricato "Definizione dell'approccio Leader", individua gli elementi costitutivi di tale approccio nei seguenti aspetti :

- a) strategie di sviluppo locale territoriali destinate a territori rurali ben definiti, di livello subregionale;
- b) partenariato pubblico-privato sul piano locale («gruppi di azione locale»);
- c) approccio dal basso verso l'alto, con gruppi di azione locale dotati di potere decisionale in ordine all'elaborazione e all'attuazione di strategie di sviluppo locale;
- d) concezione e attuazione multisettoriale della strategia basata sull'interazione tra operatori e progetti appartenenti a vari settori dell'economia locale;
- e) realizzazione di approcci innovativi;
- f) realizzazione di progetti di cooperazione;
- g) collegamento in rete di più partenariati locali.

Il successivo articolo 62 (rubricato "Gruppi di azione locale") individua la strategia associativa di sviluppo locale stabilendo le condizioni alle quali gli stessi Gal dovranno attenersi⁹.

Orbene, l'articolo 9, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 1698/2005 prevedeva l'adozione, a livello comunitario, di orientamenti strategici per il periodo di programmazione 2007-2013, allo scopo di fissare le priorità dello sviluppo rurale europeo.

Il 20 febbraio 2006 la Decisione del Consiglio¹⁰ introduce tali orientamenti e, l'asse 4 relativo all'esperienza Leader, apre possibilità di *governance* innovativa, basata su un approccio locale allo sviluppo rurale partecipativo.

⁸ Regolamento (CE) n.1698/2005 del Consiglio, del 20.9.2005, sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale - FEASR (GUUE L 277 del 21.10.2005).

⁹ I gruppi di azione locale devono: a) proporre una strategia integrata di sviluppo locale basata almeno sugli elementi elencati alle lettere da a) a d) e alla lettera g) dell'articolo 61 e sono responsabili della sua attuazione; b) essere già abilitati per le iniziative Leader II o Leader+, o secondo l'approccio Leader, ovvero di nuovi gruppi rappresentativi dei partner provenienti dai vari settori socioeconomici su base locale presenti nel territorio considerato; c) dimostrarsi in grado di definire e attuare una strategia di sviluppo locale per la zona interessata.

¹⁰ In GUUE L 55 del 25.20.2006, p. 20, v. *infra* allegato 4 pag. 359.



LEADER

LEADER,
da una iniziativa
ad un metodo

LEADER e il modello rurale europeo

Franz Fischler, membro della Commissione europea responsabile dell'agricoltura e dello sviluppo rurale (1999-2004)

Il modello rurale europeo è strettamente correlato alle molteplici vocazioni dei territori rurali europei. Con "territori rurali europei" intendo non soltanto una molteplicità di aree rurali, ma anche il luogo di attività e di funzioni diverse dove gli operatori locali possono incontrarsi ed elaborare un progetto collettivo.

Mi riferisco ad aree economiche e sociali dove l'agricoltura, l'attività forestale, l'artigianato e le imprese di qualsiasi dimensione producono e vendono, e nelle quali vengono erogati servizi che spaziano dal livello locale al livello internazionale.

I territori rurali europei, tradizionalmente dediti all'agricoltura, hanno intrapreso negli ultimi decenni un processo evolutivo che è tutt'altro che uniforme in Europa. In alcuni territori si osserva un fenomeno di invecchiamento della popolazione e una fuga di lavoratori qualificati, mentre altre zone figurano tra le regioni più dinamiche d'Europa per quanto riguarda la crescita economica e la creazione di posti di lavoro. Naturalmente sarebbe semplicistico pensare che i mutamenti che hanno interessato le zone rurali siano legati esclusivamente alle conseguenze della Politica agricola comune (PAC) e non dobbiamo trascurare i cambiamenti verificatisi nel campo delle tecnologie, dei modi di vivere, delle aspettative dei consumatori nonché dei mezzi di comunicazione. Ciò è confermato dall'esistenza di tendenze analoghe in altri Paesi che adottano politiche agricole diverse dalla nostra.

Consapevoli che una politica prettamente agricola non possa risolvere, da sola, problemi così vasti quali l'occupazione, la crescita economica o la tutela ambientale, dobbiamo trattare tali problematiche in modo più diretto con politiche di sviluppo rurale elaborate "su misura", atte ad accompagnare i mutamenti che si verificano nelle zone rurali.

A tale fine è in atto, dagli anni '70, la politica di sviluppo rurale comunitaria, il cui campo di intervento ha continuato a crescere sino a trasformare questa politica nel secondo pilastro della PAC.

In questo contesto, l'Iniziativa LEADER opera dal 1991 a favore delle zone rurali dell'Unione europea, proponendo un metodo di sviluppo che favorisce un'attiva partecipazione degli operatori locali al futuro del proprio territorio. Senza volere procedere ad una valutazione del dispositivo, è tuttavia legittimo constatare che l'approccio LEADER ha fatto proseliti anche oltre la cerchia dei suoi beneficiari, ispirando talvolta le politiche nazionali o regionali, forte dell'impulso suscitato da partnership nuove e da nuove azioni.

L'impostazione LEADER interessa altri movimenti attivi nel campo dello sviluppo rurale, anche all'esterno dell'Europa. Poiché lo scambio di esperienze è un elemento centrale di LEADER, credo che i territori rurali dell'Unione debbano a loro volta trarre utili insegnamenti da ciò che viene realizzato altrove, un aspetto che sarà agevolato nella nuova fase di programmazione 2000-2006 attraverso la rete europea e le nuove opportunità in materia di cooperazione transnazionale.

Sebbene il movimento LEADER abbia già conseguito risultati concreti nei territori in cui ha diffuso il proprio metodo e ha ispirato altre politiche, sono persuaso che l'intervento a favore dello sviluppo locale in ambito rurale debba essere ulteriormente approfondito e darà vita ad iniziative assolutamente probanti con LEADER+.

Presentazione

Dall'avvio di LEADER I, nel 1991, un considerevole lavoro è stato realizzato nei territori rurali interessati da questo programma di Iniziativa comunitaria, sia sul "campo", per quanto riguarda l'attuazione di progetti di sviluppo, sia sul piano metodologico.

"Come fare?" e "Come fanno gli altri?" sono due domande fondamentali ampiamente trattate nell'ambito della rete LEADER con seminari, pubblicazioni, contatti diretti, ecc. Nel periodo giugno-settembre 2000 l'Osservatorio europeo LEADER ha organizzato tre seminari europei sul tema "Condividere gli insegnamenti di LEADER".

La Commissione europea ha reputato opportuno che questi seminari portassero alla realizzazione di uno strumento didattico che, "modellizzando" gli insegnamenti del programma, potesse consentire agli operatori rurali, sia in Europa sia altrove, di fruire appieno dell'esperienza LEADER.

Un gruppo di lavoro si è impegnato a riprodurre in modo didattico e facilmente accessibile gli apporti metodologici del "laboratorio dello sviluppo rurale" rappresentato da LEADER.

È stato pertanto messo a punto un "kit didattico", esercizio di modellizzazione e strumento di animazione, destinato ad illustrare l'impostazione LEADER a varie tipologie di pubblico.

Finalità della presente guida

- Fornire uno strumento di informazione e comunicazione ai soggetti (membri dei GAL, insegnanti, formatori, consulenti, funzionari) incaricati di illustrare l'impostazione LEADER a varie categorie di pubblico.
- Affiancare i gruppi locali nell'elaborazione della rispettiva strategia di sviluppo.
- Avviare una riflessione sulle complementarità tra l'impostazione LEADER e altri programmi.

Pubblico destinatario

- Gli operatori locali (rappresentanti pubblici eletti, amministrazioni responsabili dello sviluppo rurale, associazioni, promotori di progetti collettivi, agenti di sviluppo, ecc.).
- Le reti regionali, nazionali, europee e internazionali che operano nell'ambito dello sviluppo locale.
- Le università, gli istituti di formazione e i centri di informazione (Carrefour di informazione e di animazione rurale, ecc.).
- All'esterno dell'Unione europea, gli istituti e gli enti territoriali che desiderano conoscere LEADER e trarre utili spunti dall'Iniziativa.

Hanno collaborato alla realizzazione della presente guida: Catherine de Borchgrave e Rosario Cañavate (Osservatorio europeo LEADER), Edith Chardon (Contrechamp@Lione.Francia) Yves Champetier (Chambre de Commerce et d'Industrie, Montpellier.Francia), Eveline Durieux (Osservatorio europeo LEADER), Martine François (GRET, Paris/Bergerie Nationale, Rambouillet, Francia) e Jean-Luc Jannot (Osservatorio europeo LEADER). Responsabile della produzione: Christine Charlier (Osservatorio europeo LEADER) Traduzione dal francese: Clara Fusco

Istruzioni per l'uso

Costituita da una serie di 119 lucidi (in formato PDF e PowerPoint) e da 9 libretti che ne descrivono in dettaglio il contenuto, la guida didattica "LEADER, da un'iniziativa a un metodo" è uno strumento di animazione destinato a quanti hanno già maturato una conoscenza generale dell'Iniziativa LEADER. Tali persone potranno così avvalersi di un supporto di animazione che agevola una presentazione orale dell'impostazione.

Gli oratori dovranno naturalmente familiarizzarsi con questo strumento prima di utilizzarlo e selezionare, tra i vari documenti visivi (lucidi, cartine, fotografie), quelli che reputano più idonei al loro intervento.

La guida si compone di un primo capitolo ("Genesi della politica europea in materia di sviluppo rurale") che descrive il contesto storico e politico che ha portato alla nascita dell'Iniziativa. Gli otto capitoli successivi sono incentrati sull'approccio metodologico e sugli apporti di LEADER propriamente detti.

Per attenuare le posizioni e avviare il dibattito, ogni capitolo termina con alcune "prospettive" che sollevano questioni da considerare in un futuro programma di sviluppo. Varie immagini e alcuni testi scelti (12 articoli tratti da LEADER Magazine, 46 descrizioni di azioni innovative LEADER, ecc.) completano il kit.

Ogni capitolo può essere utilizzato e stampato separatamente a partire dal sito Web. La sequenza dei capitoli è modulabile. In base agli obiettivi dell'intervento e alle aspettative dei partecipanti, l'oratore può iniziare l'esposizione partendo da un qualsiasi capitolo. Egli potrà così adattare lo strumento in funzione del pubblico, delle proprie necessità e del tempo a disposizione.

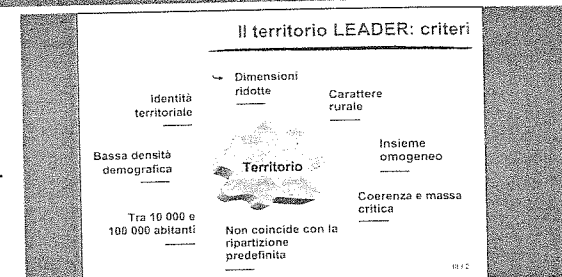
Per quanto riguarda il grado di approfondimento del tema trattato vengono proposti due tipi di presentazione:

- il primo livello corrisponde ad una presentazione sintetica dell'impostazione LEADER. Concretamente, questo tipo di presentazione consente una "panoramica completa della tematica" nel corso di una conferenza di due ore circa;
- il secondo livello permette una presentazione dettagliata di ciascuna caratteristica dell'Iniziativa LEADER. Questo livello è adatto, ad esempio, per animare sessioni volte ad approfondire un determinato aspetto dell'impostazione LEADER.

Nulla impedisce tuttavia all'oratore di abbinare i due livelli, in funzione dello specifico elemento che desidera evidenziare nella presentazione generale dell'impostazione. L'oratore dovrà allora semplicemente scegliere i lucidi adatti, con il relativo commento.

Utilizzo dei segnalibri

Libretto dell'oratore:
Il lucido in formato ridotto, raffigurato sulla colonna sinistra di ogni pagina del libretto, rimanda al lucido corrispondente in formato PowerPoint (o PDF).



Fonti: Icona che rinvia alle fonti bibliografiche del capitolo.

Esempi: Icona che indica gli esempi che illustrano la parte di testo riportata a fronte dell'icona. Il riferimento (M53) rimanda ad una scheda relativa ad un'azione innovativa indicata nell'allegato II della guida didattica.

Collegamenti: Icona che rimanda ad un altro capitolo della guida didattica. I numeri romani (V) indicano il capitolo, i numeri arabi (5-7) si riferiscono invece ai lucidi da consultare.

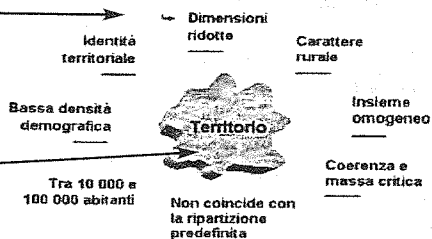
Livello I
Lucidi corrispondenti ad una presentazione sintetica della impostazione (circa due ore).

Livello II
Lucidi corrispondenti ad una presentazione approfondita del dossier. Questo non può ovviamente essere presentato nel suo complesso in un'unica volta; in funzione della situazione, l'oratore sceglierà di approfondire uno dei capitoli illustrandolo con esempi.

Punto di inizio per la lettura (leggere in senso orario)

Indicazione della nozione di territorio

Il territorio LEADER: criteri



Hanno collaborato alla realizzazione della presente guida: Catherine de Borchgrave e Rosario Cañavate (Osservatorio europeo LEADER), Edith Chardon (Contrechamp@Lione, Francia), Yves Champetier (Chambre de Commerce et d'Industrie, Montpellier, Francia), Eveline Durieux (Osservatorio europeo LEADER), Martine François (GRET, Paris / Bergerie Nationale, Rambouillet, Francia) e Jean-Luc Janot (Osservatorio europeo LEADER). Responsabile della produzione: Christine Charlier (Osservatorio europeo LEADER) Traduzione dal francese: Clara Fusco

PIANO DELL'OPERA

GUIDA DIDATTICA ALL'IMPOSTAZIONE LEADER

Premessa introduttiva di Cosimo Notarstefano	3
Prefazione di Franz Fischler: "LEADER e il modello rurale europeo"	9
Presentazione - Leader da un'iniziativa ad un metodo. Istruzioni per l'uso	10

	Lucidi	Testi
Capitolo I - Genesi della politica europea di sviluppo rurale	23	85
Capitolo II - LEADER, un'impostazione in materia di sviluppo rurale	29	98
Capitolo III - L'approccio territoriale	35	110
Capitolo IV - L'approccio ascendente	42	125
Capitolo V - L'approccio partecipativo e il gruppo di azione locale	48	136
Capitolo VI - L'innovazione	59	150
Capitolo VII - L'approccio integrato e multisettoriale	66	164
Capitolo VIII - Creazione di una rete e cooperazione tra territori	71	174
Capitolo IX - Il finanziamento e la gestione di prossimità	79	188

ALLEGATI

Allegato 1 : 12 reportage tratti da LEADER Magazine	199
Qualcosa di nuovo ad oriente. LEADER Anhalt-Zerbst [Germania]	200
La scintilla LEADER. Kalambaka-Pyli [Grecia]	205
Per monti e per ferrovie. LEADER Montaña Palentina [Spagna]	209
I Gâtinauti LEADER. Pays de Gâtine [Francia]	215
La Tigre Duhallow. LEADER Duhallow [Irlanda]	221
L'impulso di LEADER. LEADER Alto Casertano [Italia]	227
La valorizzazione del patrimonio in Frisia. LEADER Noordwest Friesland [Paesi Bassi]	232
I settori di sviluppo del territorio. LEADER Kärnten [Austria]	236
Generazione neo-rurale. Centro/Algarve [Portogallo]	240
Reti naturali LEADER. Keski-Häme [Finlandia]	245
Il polo di sviluppo LEADER. LEADER Skogslandet [Svezia]	251
In marcia verso il XXI secolo. LEADER Antur Teifi [Regno Unito]	258
Allegato 2 : 46 descrizioni di azioni tratte dal Repertorio "Azioni innovative di sviluppo rurale"	261
- Indice per codice	14
- Indice tematico	15
Allegato 3 : "Un'Europa rurale viva" (Dichiarazione di Cork, novembre 1996)	355
Allegato 4 : Decisione del Consiglio del 20 febbraio 2006 relativa agli orientamenti strategici comunitari per lo sviluppo rurale (periodo di programmazione 2007-2013)	359
POLO EUROMEDITERRANEO JEAN MONNET	371

Indice per codice - Allegato II

[E] Ambiente

- E10 - Restauro di muretti a secco e di terrazze coltivabili (ES)
- E15 - Sviluppo del turismo ecologico (EL)
- E23 - "Earthcare" - Dal terriccio usato al compost biologico (IR)
- E24 - La gestione razionale della risorsa idrica come tema mobilizzatore (ES)
- E32 - Archéo-Logis: un ponte tra ricerca e sviluppo (FR)

[M] Metodologia

- M01 - Creare una cultura della partnership laddove il contesto non si presta (IT)
- M02 - "Rastrellamento" dei progetti (FR)
- M06 - Partecipazione della popolazione alla pianificazione e alle diagnosi locali (IR)
- M08 - Trasformare l'immagine che i bambini hanno del proprio territorio (PT)
- M14 - Iniziativa pubblica e successivo passaggio al settore privato (EL)
- M16 - Una partnership locale che struttura la società civile (PT)
- M18 - La lingua locale: uno strumento al servizio dello sviluppo (UK)
- M25 - Integrazione tra agricoltura, ristorazione e turismo: "Natur und Leben Bregenzerwald" (AT)
- M26 - Un nuovo impulso ai paesi della Contea di Meath (IR)
- M27 - Agevolare la cessione di imprese e di aziende agricole per rilanciare il mondo rurale: l'operazione "RELANCE" (FR)
- M28 - LEADER Serrania de Ronda: coinvolgimento e strutturazione della società locale (ES)
- M33 - "La Raya / A Raia": una rete esemplare di cooperazione transfrontaliera (PT/ES)
- M36 - "Vivere a livello locale, lavorare a livello globale" (UK)
- M38 - Ricreare un tessuto sociale per l'inserimento degli agricoltori in difficoltà (FR)
- M39 - Un laboratorio per lo sviluppo rurale: il "Brandenburgische Landwerkstatt" (DE)
- M42 - Un modello per lo sviluppo locale (SE)
- M43 - Il Programma LEANOVA: Innovazione nelle piccole imprese rurali (NL)
- M45 - Un sodalizio fra università e operatori dello sviluppo locale (ES)
- M47 - "Delta 2000": animazione economica e promozione (IT)
- M50 - "PROFIL" - 3 Gruppi di azione locale e un programma di formazione per le imprenditrici delle zone rurali (DE)
- M53 - Una partnership tecnica e finanziaria: la Rete aragonese di Sviluppo rurale (ES)
- M54 - UNI-Mobil: l'università in paese (AT)

[P] Prodotti locali

- P03 - L'associazione agroalimentare "Or vert du Magnoac" (FR)
- P04 - Lo zafferano di Kozani (EL)
- P17 - Associazione di imprese agroalimentari (IR)
- P22 - Reintroduzione e valorizzazione di una razza ovina in via di estinzione: la "pecora con gli occhiali" (AT)
- P23 - Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)
- P32 - La Cooperativa agricola di Méan (BE)
- P37 - "Téi vum Séi": un progetto didattico di diversificazione agricola progressiva (LU)
- P52 - Promuovere il territorio attraverso i prodotti tipici (IT)
- P53 - Una raccolta locale di fondi per finanziare un centro di promozione dell'artigianato (ES)

[S] Nuove attività e nuovi servizi

- S18 - "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)
- S23 - Un sostegno finanziario alla creazione di imprese: GALCOB Initiative (FR)
- S26 - Il fondo per i progetti locali: dar voce alle collettività (UK)
- S27 - "LEADERFID": fondo di garanzia e prestiti sull'onore per le PMI (IT)
- S32 - Una dinamica locale incentrata su un polo socio-culturale innovativo (DE)
- S39 - Un negozio multi-servizi gestito dagli abitanti (DE)

[T] Turismo

- T01 - I "Landsker Borderlands", una nuova destinazione turistica (UK)
- T06 - Valorizzazione del sito preistorico di Calanais (UK)
- T09 - Un piano per il turismo sostenibile (DE)
- T31 - Turismo, cultura e formazione in ambito rurale (DE)

Indice tematico - Allegato II

A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z

A

Agenti di sviluppo

- M28 LEADER Serrania de Ronda: coinvolgimento e strutturazione della società locale (ES)
- M45 Un sodalizio fra università e operatori dello sviluppo locale (ES)

Agricoltura biologica

- P32 La Cooperativa agricola di Méan (BE)
- P37 "Téi vum Séi": un progetto didattico di diversificazione agricola progressiva (LU)

Allevamento

- P03 L'associazione agroalimentare "Or vert du Magnoac" (FR)
- P22 Reintroduzione e valorizzazione di una razza ovina in via di estinzione: la "pecora con gli occhiali" (AT/YU)

Anziani

- P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)

Approccio integrato

- M14 Iniziativa pubblica e successivo passaggio al settore privato (EL)
- M42 Un modello per lo sviluppo locale (SE)
- M45 Un sodalizio fra università e operatori dello sviluppo locale (ES)
- M54 UNI-Mobil: l'università in paese (AT)

Arti

- M18 La lingua locale: uno strumento al servizio dello sviluppo (UK)

Attrezzature collettive

- M38 Ricreare un tessuto sociale per l'inserimento degli agricoltori in difficoltà (FR)
- S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)
- S32 Una dinamica locale incentrata su un polo socio-culturale innovativo (DE)

B

Bambini

- M08 Trasformare l'immagine che i bambini hanno del proprio territorio (PT)

C

Cambiamento culturale

- M01 Creare una cultura della partnership laddove il contesto non si presta (IT)
- M16 Una partnership locale che struttura la società civile (PT)

Centri di ricerca

- E32 Archéo-Logis: un ponte tra ricerca e sviluppo (FR)
- T31 Turismo, cultura e formazione in ambito rurale (DE)

Centri di servizi

- S39 Un negozio multi-servizi gestito dagli abitanti (DE)

Confezionamento del prodotto

- E23 "Earthcare" - Dal terriccio usato al compost biologico (IR)
- P04 Lo zafferano di Kozani (EL)

Cooperative

- M28 LEADER Serrania de Ronda: coinvolgimento e strutturazione della società locale (ES)
- P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)
- P32 La Cooperativa agricola di Méan (BE)

Cooperazione intercomunale

- T31 Turismo, cultura e formazione in ambito rurale (DE)

Cooperazione interregionale

- M50 "Profil" - 3 Gruppi di azione locale e un programma di formazione per le imprenditrici delle zone rurali (DE)
- T09 Un piano per il turismo sostenibile (DE)

Cooperazione tra produttori

- E23 "Earthcare" - Dal terriccio usato al compost biologico (IR)
- P03 L'associazione agroalimentare "Or vert du Magnoac" (FR)

P17 Associazione di imprese agroalimentari (IR)
P53 Una raccolta locale di fondi per finanziare un centro di promozione dell'artigianato (ES)
Cooperazione transfrontaliera
M33 "La Raya / A Raia": una rete esemplare di cooperazione transfrontaliera (PT/ES)
P22 Reintroduzione e valorizzazione di una razza ovina in via di estinzione: la "pecora con gli occhiali" (AT/YU)

Cooperazione transnazionale

E32 Archéo-Logis: un ponte tra ricerca e sviluppo (FR)

Creazione di associazioni

M16 Una partnership locale che struttura la società civile (PT)
M28 LEADER Serrania de Ronda: coinvolgimento e strutturazione della società locale (ES)
M33 "La Raya / A Raia": una rete esemplare di cooperazione transfrontaliera (PT/ES)
P37 "Téi vum Séi": un progetto didattico di diversificazione agricola progressiva (LU)
S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)

Creazione di imprese

E23 "Earthcare" - Dal terriccio usato al compost biologico (IR)
M02 "Rastrellamento" dei progetti (FR)
M16 Una partnership locale che struttura la società civile (PT)
M28 LEADER Serrania de Ronda: coinvolgimento e strutturazione della società locale (ES)
M42 Un modello per lo sviluppo locale (SE)
P17 Associazione di imprese agroalimentari (IR)
P52 Promuovere il territorio attraverso i prodotti tipici (IT)
S23 Un sostegno finanziario alla creazione di imprese: GALCOB Initiative (FR)

Creazione di posti di lavoro

M36 "Vivere a livello locale, lavorare a livello globale" (UK)
M42 Un modello per lo sviluppo locale (SE)
M47 "Delta 2000": animazione economica e promozione (IT)
P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)
S26 Il fondo per i progetti locali: dar voce alle collettività (UK)
T06 Valorizzazione del sito preistorico di Calanais (UK)

Cucina regionale

S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)
T09 Un piano per il turismo sostenibile (DE)

D

Denominazione d'origine

P03 L'associazione agroalimentare "Or vert du Magnoac" (FR)
P04 Lo zafferano di Kozani (EL)
P52 Promuovere il territorio attraverso i prodotti tipici (IT)

Diagnosi del territorio

M02 "Rastrellamento" dei progetti (FR)
M06 Partecipazione della popolazione alla pianificazione e alle diagnosi locali (IR)
M18 La lingua locale: uno strumento al servizio dello sviluppo (UK)

Diaspore

M36 "Vivere a livello locale, lavorare a livello globale" (UK)

Disegno dei prodotti

M18 La lingua locale: uno strumento al servizio dello sviluppo (UK)
P17 Associazione di imprese agroalimentari (IR)
T31 Turismo, cultura e formazione in ambito rurale (DE)

Diversificazione

E23 "Earthcare" - Dal terriccio usato al compost biologico (IR)
P17 Associazione di imprese agroalimentari (IR)
P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)
P37 "Téi vum Séi": un progetto didattico di diversificazione agricola progressiva (LU)

Donne

M14 Iniziativa pubblica e successivo passaggio al settore privato (EL)
M50 "Profil" - 3 Gruppi di azione locale e un programma di formazione per le imprenditrici delle zone rurali (DE)
P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)
S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)

E

Ecoturismo

E15 Sviluppo del turismo ecologico (EL)

Educazione allo sviluppo

M08 Trasformare l'immagine che i bambini hanno del proprio territorio (PT)

Effetti moltiplicatori

P52 Promuovere il territorio attraverso i prodotti tipici (IT)

Esclusione sociale

M38 Ricreare un tessuto sociale per l'inserimento degli agricoltori in difficoltà (FR)

F

Finanziamento

M26 Un nuovo impulso ai paesi della Contea di Meath (IR)
P53 Una raccolta locale di fondi per finanziare un centro di promozione dell'artigianato (ES)
S23 Un sostegno finanziario alla creazione di imprese: GALCOB Initiative (FR)
S26 Il fondo per i progetti locali: dar voce alle collettività (UK)
S27 "LEADERFIDI": fondo di garanzia e prestiti sull'onore per le PMI (IT)
S39 Un negozio multi-servizi gestito dagli abitanti (DE)

G

Gamme di prodotti

E23 "Earthcare" - Dal terriccio usato al compost biologico (IR)
P32 La Cooperativa agricola di Méan (BE)
P37 "Téi vum Séi": un progetto didattico di diversificazione agricola progressiva (LU)
T01 "Landsker Borderlands", una nuova destinazione turistica (UK)

Gastronomia

M25 Integrazione tra agricoltura, ristorazione e turismo: "Natur und Leben Bregenzerwald" (AT)
M50 "Profil" - 3 Gruppi di azione locale e un programma di formazione per le imprenditrici delle zone rurali (DE)

Gestione finanziaria

M53 Una partnership tecnica e finanziaria: la Rete aragonese di Sviluppo rurale (ES)
S23 Un sostegno finanziario alla creazione di imprese: GALCOB Initiative (FR)

Giovani

E10 Restauro di muretti a secco e di terrazze coltivabili (ES)
M25 Integrazione tra agricoltura, ristorazione e turismo: "Natur und Leben Bregenzerwald" (AT)
P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)
T06 Valorizzazione del sito preistorico di Calanais (UK)

I

Identità culturale

E10 Restauro di muretti a secco e di terrazze coltivabili (ES)
M18 La lingua locale: uno strumento al servizio dello sviluppo (UK)
M54 UNI-Mobil: l'università in paese (AT)
P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)

Imprenditorialità

M02 "Rastrellamento" dei progetti (FR)
M18 La lingua locale: uno strumento al servizio dello sviluppo (UK)
M28 LEADER Serrania de Ronda: coinvolgimento e strutturazione della società locale (ES)

Iniziativa comunale

E23 "Earthcare" - Dal terriccio usato al compost biologico (IR)
M14 Iniziativa pubblica e successivo passaggio al settore privato (EL)

Innovazioni tecnologiche

E23 "Earthcare" - Dal terriccio usato al compost biologico (IR)
M43 Il Programma LEANOVA: Innovazione nelle piccole imprese rurali (NL)

Insegnamento

M08 Trasformare l'immagine che i bambini hanno del proprio territorio (PT)
M45 Un sodalizio fra università e operatori dello sviluppo locale (ES)
M54 UNI-Mobil: l'università in paese (AT)

M38 Ricreare un tessuto sociale per l'inserimento degli agricoltori in difficoltà (FR)
S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)
S32 Una dinamica locale incentrata su un polo socio-culturale innovativo (DE)

Integrazione dei settori

M01 Creare una cultura della partnership laddove il contesto non si presta (IT)
M14 Iniziativa pubblica e successivo passaggio al settore privato (EL)
M25 Integrazione tra agricoltura, ristorazione e turismo: "Natur und Leben Bregenzerwald" (AT)
P17 Associazione di imprese agroalimentari (IR)
P22 Reintroduzione e valorizzazione di una razza ovina in via di estinzione: la "pecora con gli occhiali" (AT/YU)
T09 Un piano per il turismo sostenibile (DE)

K

Know-how

E10 Restauro di muretti a secco e di terrazze coltivabili (ES)
P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)
T31 Turismo, cultura e formazione in ambito rurale (DE)

L

Linee di prodotti

P03 L'associazione agroalimentare "Or vert du Magnoac" (FR)
P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)
P32 La Cooperativa agricola di Méan (BE)
P37 "Téi vum Séi": un progetto didattico di diversificazione agricola progressiva (LU)
S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)
T01 I "Landsker Borderlands", una nuova destinazione turistica (UK)

M

Manifestazioni culturali

T01 I "Landsker Borderlands", una nuova destinazione turistica (UK)

Mediazione

M27 Agevolare la cessione di imprese e di aziende agricole per rilanciare il mondo rurale: l'operazione "RELANCE" (FR)
M38 Ricreare un tessuto sociale per l'inserimento degli agricoltori in difficoltà (FR)
T06 Valorizzazione del sito preistorico di Calanais (UK)
T09 Un piano per il turismo sostenibile (DE)

Mezzi di trasporto

M01 Creare una cultura della partnership laddove il contesto non si presta (IT)
M02 "Rastrellamento" dei progetti (FR)
S23 Un sostegno finanziario alla creazione di imprese: GALCOB Initiative (FR)
S26 Il fondo per i progetti locali: dar voce alle collettività (UK)

Modi di lavoro

M36 "Vivere a livello locale, lavorare a livello globale" (UK)
S26 Il fondo per i progetti locali: dar voce alle collettività (UK)
P04 Lo zafferano di Kozani (EL)

Movimento cooperativo

M14 Iniziativa pubblica e successivo passaggio al settore privato (EL)
S27 "LEADERFIDI": fondo di garanzia e prestiti sull'onore per le PMI (IT)

Musei e centri di interpretazione

E15 Sviluppo del turismo ecologico (EL)
S32 Una dinamica locale incentrata su un polo socio-culturale innovativo (DE)
T06 Valorizzazione del sito preistorico di Calanais (UK)

N

Negoziazione

M53 Una partnership tecnica e finanziaria: la Rete aragonese di Sviluppo rurale (ES)

Nicchie di mercato

E23 "Earthcare" - Dal terriccio usato al compost biologico (IR)
P37 "Téi vum Séi": un progetto didattico di diversificazione agricola progressiva (LU)

O

Organizzazione dei partenariati

E32 Archéo-Logis: un ponte tra ricerca e sviluppo (FR)
M01 Creare una cultura della partnership laddove il contesto non si presta (IT)
M38 Ricreare un tessuto sociale per l'inserimento degli agricoltori in difficoltà (FR)
M43 Il Programma LEANOVA: Innovazione nelle piccole imprese rurali (NL)
M45 Un sodalizio fra università e operatori dello sviluppo locale (ES)
M47 "Delta 2000": animazione economica e promozione (IT)
M54 UNI-Mobil: l'università in paese (AT)
S23 Un sostegno finanziario alla creazione di imprese: GALCOB Initiative (FR)
T06 Valorizzazione del sito preistorico di Calanais (UK)

P

Partecipazione sociale

M06 Partecipazione della popolazione alla pianificazione e alle diagnosi locali (IR)
M08 Trasformare l'immagine che i bambini hanno del proprio territorio (PT)
M16 Una partnership locale che struttura la società civile (PT)
M26 Un nuovo impulso ai paesi della Contea di Meath (IR)
M28 LEADER Serrania de Ronda: coinvolgimento e strutturazione della società locale (ES)
M39 Un laboratorio per lo sviluppo rurale: il "Brandenburgische Landwerkstatt" (DE)
M42 Un modello per lo sviluppo locale (SE)
S39 Un negozio multi-servizi gestito dagli abitanti (DE)
T01 I "Landsker Borderlands", una nuova destinazione turistica (UK)
T09 Un piano per il turismo sostenibile (DE)

Patrimonio architettonico

M38 Ricreare un tessuto sociale per l'inserimento degli agricoltori in difficoltà (FR)
S32 Una dinamica locale incentrata su un polo socio-culturale innovativo (DE)

Periferia urbana

M26 Un nuovo impulso ai paesi della Contea di Meath (IR)
P22 Reintroduzione e valorizzazione di una razza ovina in via di estinzione: la "pecora con gli occhiali" (AT/YU)

Pianificazione dello sviluppo

M06 Partecipazione della popolazione alla pianificazione e alle diagnosi locali (IR)
M14 Iniziativa pubblica e successivo passaggio al settore privato (EL)
M26 Un nuovo impulso ai paesi della Contea di Meath (IR)
M39 Un laboratorio per lo sviluppo rurale: il "Brandenburgische Landwerkstatt" (DE)
M42 Un modello per lo sviluppo locale (SE)

Piante aromatiche e da condimento

P04 Lo zafferano di Kozani (EL)
P37 "Téi vum Séi": un progetto didattico di diversificazione agricola progressiva (LU)

Piccole imprese

M43 Il Programma LEANOVA: Innovazione nelle piccole imprese rurali (NL)
P17 Associazione di imprese agroalimentari (IR)
S26 Il fondo per i progetti locali: dar voce alle collettività (UK)
S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)
S27 "LEADERFIDI": fondo di garanzia e prestiti sull'onore per le PMI (IT)

Preistoria

E32 Archéo-Logis: un ponte tra ricerca e sviluppo (FR)
T06 Valorizzazione del sito preistorico di Calanais (UK)

Prodotti agroalimentari

M25 Integrazione tra agricoltura, ristorazione e turismo: "Natur und Leben Bregenzerwald" (AT)
P03 L'associazione agroalimentare "Or vert du Magnoac" (FR)
P17 Associazione di imprese agroalimentari (IR)
P22 Reintroduzione e valorizzazione di una razza ovina in via di estinzione: la "pecora con gli occhiali" (AT/YU)
P32 La Cooperativa agricola di Méan (BE)
P37 "Téi vum Séi": un progetto didattico di diversificazione agricola progressiva (LU)
P52 Promuovere il territorio attraverso i prodotti tipici (IT)
S39 Un negozio multi-servizi gestito dagli abitanti (DE)

Prodotti artigianali

P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)

P53 Una raccolta locale di fondi per finanziare un centro di promozione dell'artigianato (ES)

Produzione su piccola scala

P03 L'associazione agroalimentare "Or vert du Magnoac" (FR)

S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)

Progettazione

M02 "Rastrellamento" dei progetti (FR)

M26 Un nuovo impulso ai paesi della Contea di Meath (IR)

M28 LEADER Serrania de Ronda: coinvolgimento e strutturazione della società locale (ES)

M54 UNI-Mobil: l'università in paese (AT)

Progetti pilota

E24 La gestione razionale della risorsa idrica come tema mobilizzatore (ES)

M26 Un nuovo impulso ai paesi della Contea di Meath (IR)

Programmi di formazione

E10 Restauro di muretti a secco e di terrazze coltivabili (ES)

M39 Un laboratorio per lo sviluppo rurale: il "Brandenburgische Landwerkstatt" (DE)

M50 "Profil" - 3 Gruppi di azione locale e un programma di formazione per le imprenditrici delle zone rurali (DE)

P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)

S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)

T01 I "Landsker Borderlands", una nuova destinazione turistica (UK)

Promozione del prodotto

P17 Associazione di imprese agroalimentari (IR)

P22 Reintroduzione e valorizzazione di una razza ovina in via di estinzione: la "pecora con gli occhiali" (AT/YU)

P53 Una raccolta locale di fondi per finanziare un centro di promozione dell'artigianato (ES)

Protezione dell'ambiente

E10 Restauro di muretti a secco e di terrazze coltivabili (ES)

E24 La gestione razionale della risorsa idrica come tema mobilizzatore (ES)

Protezione delle specie

E15 Sviluppo del turismo ecologico (EL)

P22 Reintroduzione e valorizzazione di una razza ovina in via di estinzione: la "pecora con gli occhiali" (AT/YU)

P37 "Téi vum Séi": un progetto didattico di diversificazione agricola progressiva (LU)

Q

Qualità della vita

M27 Agevolare la cessione di imprese e di aziende agricole per rilanciare il mondo rurale: l'operazione "RELANCE" (FR)

R

Rapporti interculturali

M33 "La Raya / A Raia": una rete esemplare di cooperazione transfrontaliera (PT/ES)

Rapporti inter-generazionali

E10 Restauro di muretti a secco e di terrazze coltivabili (ES)

P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)

Relazioni città-campagna

E24 La gestione razionale della risorsa idrica come tema mobilizzatore (ES)

Relazioni scuola-impresa

P17 Associazione di imprese agroalimentari (IR)

Restauro del patrimonio

E10 Restauro di muretti a secco e di terrazze coltivabili (ES)

M54 UNI-Mobil: l'università in paese (AT)

T01 I "Landsker Borderlands", una nuova destinazione turistica (UK)

Reti di distribuzione

M25 Integrazione tra agricoltura, ristorazione e turismo: "Natur und Leben Bregenzerwald" (AT)

P03 L'associazione agroalimentare "Or vert du Magnoac" (FR)

P32 La Cooperativa agricola di Méan (BE)

S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)

S39 Un negozio multi-servizi gestito dagli abitanti (DE)

Reti organizzate

M53 Una partnership tecnica e finanziaria: la Rete aragonese di Sviluppo rurale (ES)

Ricerca e sviluppo

M43 Il Programma LEANOVA: Innovazione nelle piccole imprese rurali (NL)

M45 Un sodalizio fra università e operatori dello sviluppo locale (ES)

P17 Associazione di imprese agroalimentari (IR)

Ricerca-azione

M54 UNI-Mobil: l'università in paese (AT)

Rifiuti

E23 "Earthcare" - Dal terriccio usato al compost biologico (IR)

M02 "Rastrellamento" dei progetti (FR)

Rilievo dell'area

E32 Archéo-Logis: un ponte tra ricerca e sviluppo (FR)

M47 "Delta 2000": animazione economica e promozione (IT)

P52 Promuovere il territorio attraverso i prodotti tipici (IT)

Riutilizzazione del patrimonio

M38 Ricreare un tessuto sociale per l'inserimento degli agricoltori in difficoltà (FR)

P53 Una raccolta locale di fondi per finanziare un centro di promozione dell'artigianato (ES)

S32 Una dinamica locale incentrata su un polo socio-culturale innovativo (DE)

S

Selezione dei progetti

M26 Un nuovo impulso ai paesi della Contea di Meath (IR)

M28 LEADER Serrania de Ronda: coinvolgimento e strutturazione della società locale (ES)

Sensibilizzazione dell'opinione pubblica

E15 Sviluppo del turismo ecologico (EL)

E24 La gestione razionale della risorsa idrica come tema mobilizzatore (ES)

M39 Un laboratorio per lo sviluppo rurale: il "Brandenburgische Landwerkstatt" (DE)

Servizi alle imprese

M27 Agevolare la cessione di imprese e di aziende agricole per rilanciare il mondo rurale: l'operazione "RELANCE" (FR)

M43 Il Programma LEANOVA: Innovazione nelle piccole imprese rurali (NL)

M47 "Delta 2000": animazione economica e promozione (IT)

P17 Associazione di imprese agroalimentari (IR)

S27 "LEADERFID": fondo di garanzia e prestiti sull'onore per le PMI (IT)

Servizi alle persone

M42 Un modello per lo sviluppo locale (SE)

Servizi di consulenza

M36 "Vivere a livello locale, lavorare a livello globale" (UK)

Settore tessile

P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)

Sistemi d'informazione

M27 Agevolare la cessione di imprese e di aziende agricole per rilanciare il mondo rurale: l'operazione "RELANCE" (FR)

Strategia commerciale collettiva

M25 Integrazione tra agricoltura, ristorazione e turismo: "Natur und Leben Bregenzerwald" (AT)

P03 L'associazione agroalimentare "Or vert du Magnoac" (FR)

P04 Lo zafferano di Kozani (EL)

P32 La Cooperativa agricola di Méan (BE)

P52 Promuovere il territorio attraverso i prodotti tipici (IT)

Strategia di sviluppo

E15 Sviluppo del turismo ecologico (EL)

M01 Creare una cultura della partnership laddove il contesto non si presta (IT)

M33 "La Raya / A Raia": una rete esemplare di cooperazione transfrontaliera (PT/ES)

M43 Il Programma LEANOVA: Innovazione nelle piccole imprese rurali (NL)

M54 UNI-Mobil: l'università in paese (AT)

T01 I "Landsker Borderlands", una nuova destinazione turistica (UK)

T09 Un piano per il turismo sostenibile (DE)

Strumenti per il sostegno ai progetti

- M01 Creare una cultura della partnership laddove il contesto non si presta (IT)
- M02 "Rastrellamento" dei progetti (FR)
- S23 Un sostegno finanziario alla creazione di imprese: GALCOB Initiative (FR)
- S26 Il fondo per i progetti locali: dar voce alle collettività (UK)

Struttura sociale

- M16 Una partnership locale che struttura la società civile (PT)

Sviluppo economico

- M28 LEADER Serrania de Ronda: coinvolgimento e strutturazione della società locale (ES)
- M47 "Delta 2000": animazione economica e promozione (IT)

Sviluppo sostenibile

- E15 Sviluppo del turismo ecologico (EL)
- T09 Un piano per il turismo sostenibile (DE)

T

Tecnologie dell'informazione

- M36 "Vivere a livello locale, lavorare a livello globale" (UK)

Tradizioni

- E10 Restauro di muretti a secco e di terrazze coltivabili (ES)
- P23 Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal" (PT)
- P53 Una raccolta locale di fondi per finanziare un centro di promozione dell'artigianato (ES)
- S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)
- T31 Turismo, cultura e formazione in ambito rurale (DE)

Trasferimento di tecnologie

- E24 La gestione razionale della risorsa idrica come tema mobilizzatore (ES)

Trasformazione dei prodotti

- P03 L'associazione agroalimentare "Or vert du Magnoac" (FR)
- S18 "Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese (AT)

Turismo

- M18 La lingua locale: uno strumento al servizio dello sviluppo (UK)
- M25 Integrazione tra agricoltura, ristorazione e turismo: "Natur und Leben Bregenzerwald" (AT)
- M50 "Profil" - 3 Gruppi di azione locale e un programma di formazione per le imprenditrici delle zone rurali (DE)
- P52 Promuovere il territorio attraverso i prodotti tipici (IT)
- T06 Valorizzazione del sito preistorico di Calanais (UK)
- T09 Un piano per il turismo sostenibile (DE)
- T31 Turismo, cultura e formazione in ambito rurale (DE)

Turismo tematico

- E32 Archéo-Logis: un ponte tra ricerca e sviluppo (FR)
- P22 Reintroduzione e valorizzazione di una razza ovina in via di estinzione: la "pecora con gli occhiali" (AT/YU)
- T01 1 "Landsker Borderlands", una nuova destinazione turistica (UK)

V

Vendita diretta

- M50 "Profil" - 3 Gruppi di azione locale e un programma di formazione per le imprenditrici delle zone rurali (DE)
- P32 La Cooperativa agricola di Méan (BE)

Volontariato

- M06 Partecipazione della popolazione alla pianificazione e alle diagnosi locali (IR)
- M42 Un modello per lo sviluppo locale (SE)
- S39 Un negozio multi-servizi gestito dagli abitanti (DE)
- T31 Turismo, cultura e formazione in ambito rurale (DE)

Z

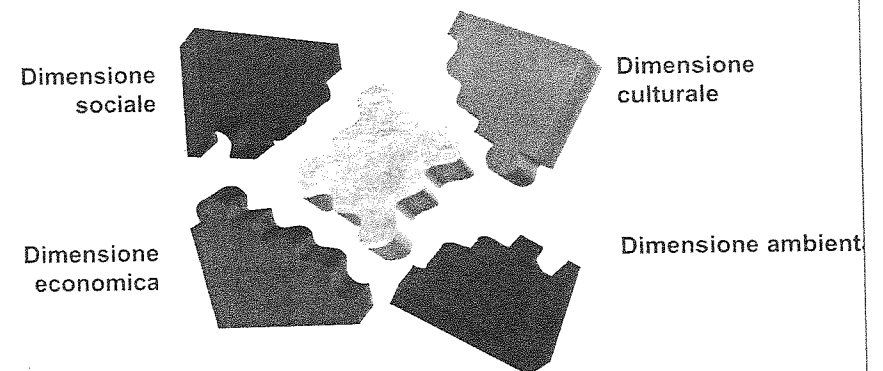
Zone umide

- E15 Sviluppo del turismo ecologico (EL)

Genesi della politica europea di sviluppo rurale

1 / 1

Dalla crescita allo sviluppo sostenibile



1 / 2

"Il futuro del mondo rurale" (1988)

Una politica europea di sviluppo rurale

Diversità delle zone rurali europee

Necessità di sperimentare nuove impostazioni

1/3

La svolta degli anni '90

Politica europea di coesione economica e sociale

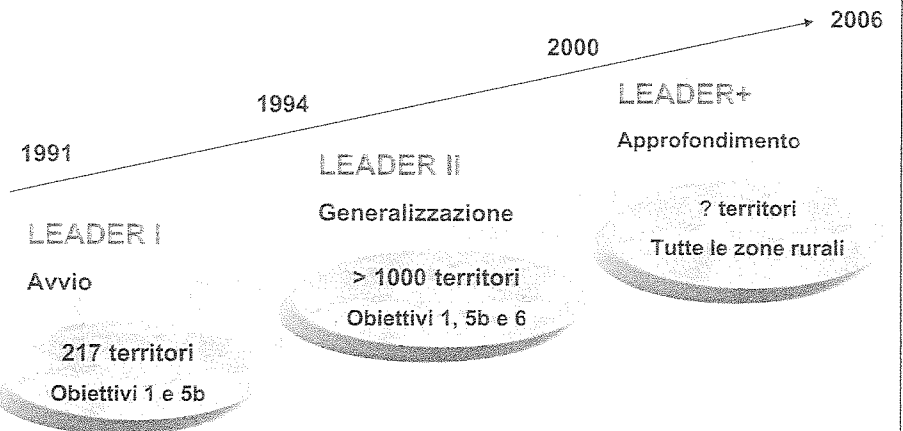
Presenza di coscienza della problematica rurale

Nuovo approccio dell'intervento pubblico

Iniziative comunitarie

1/4

Le tre fasi di LEADER



1/5

Alcuni semplici principi...

- ⇒ Un gruppo di azione locale
- ⇒ Un piano di azione locale
- ⇒ Ricerca di collegamenti
- ⇒ Cofinanziamenti
- ⇒ Organizzazione in rete dei territori

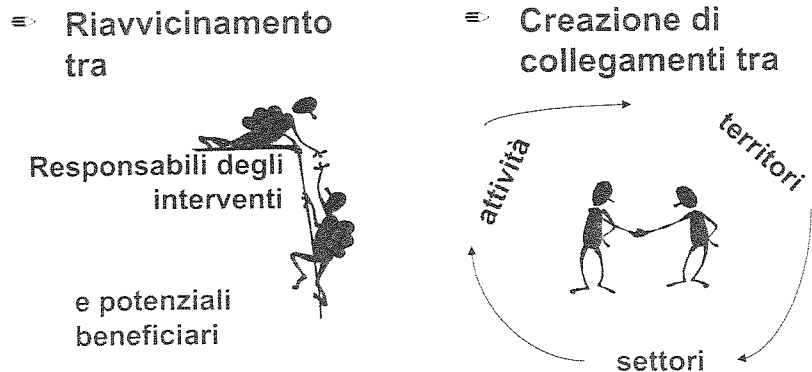
... e molteplici soluzioni

1/6

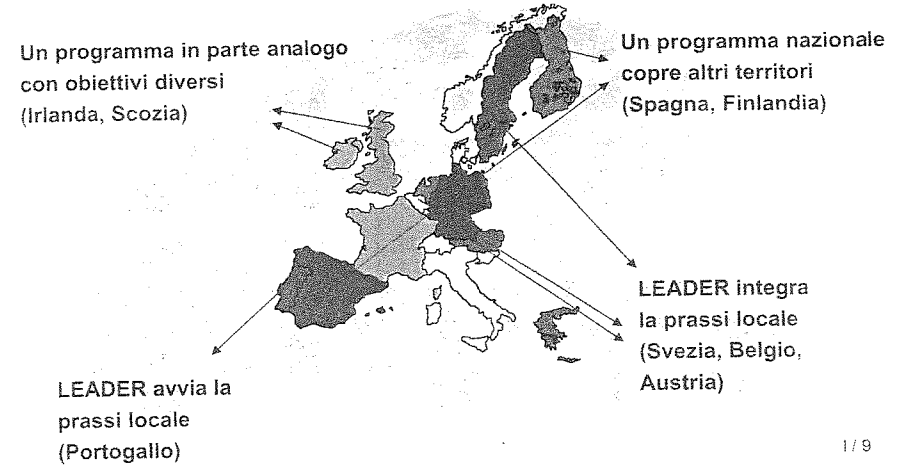
I temi chiave di LEADER



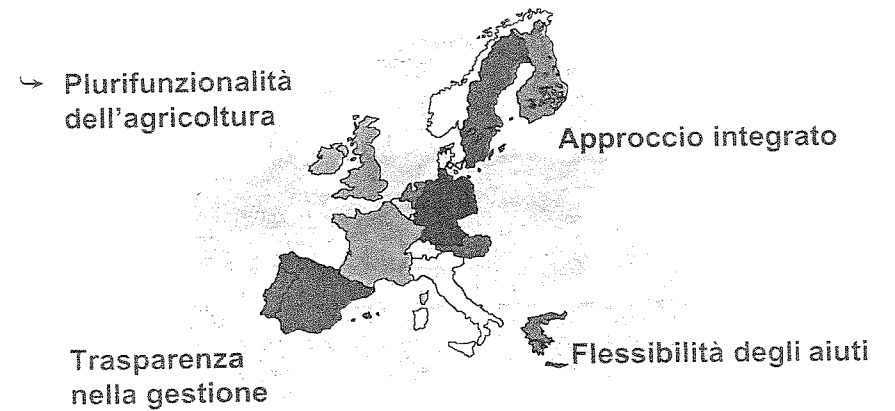
Un'impostazione originale

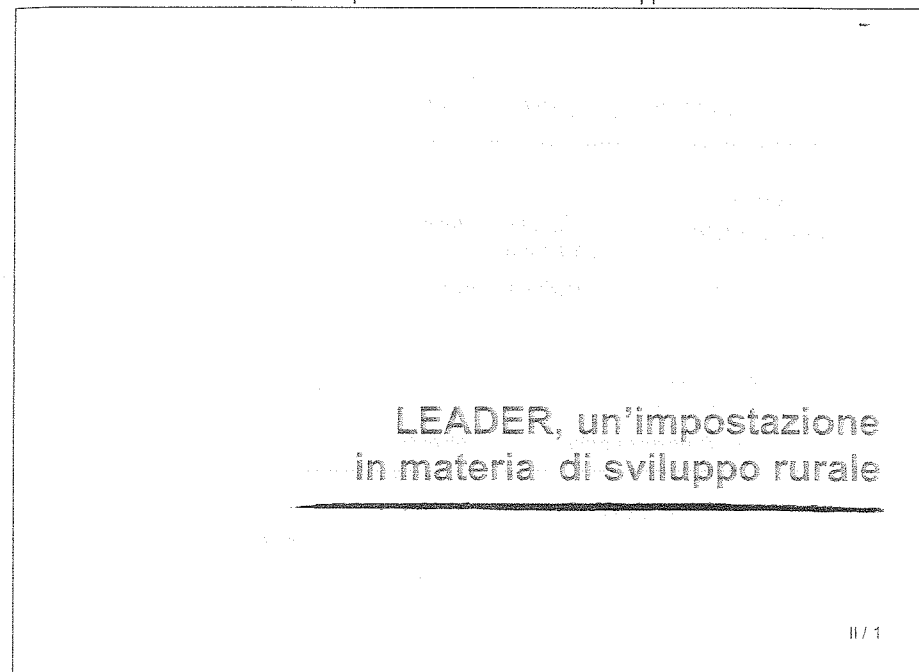
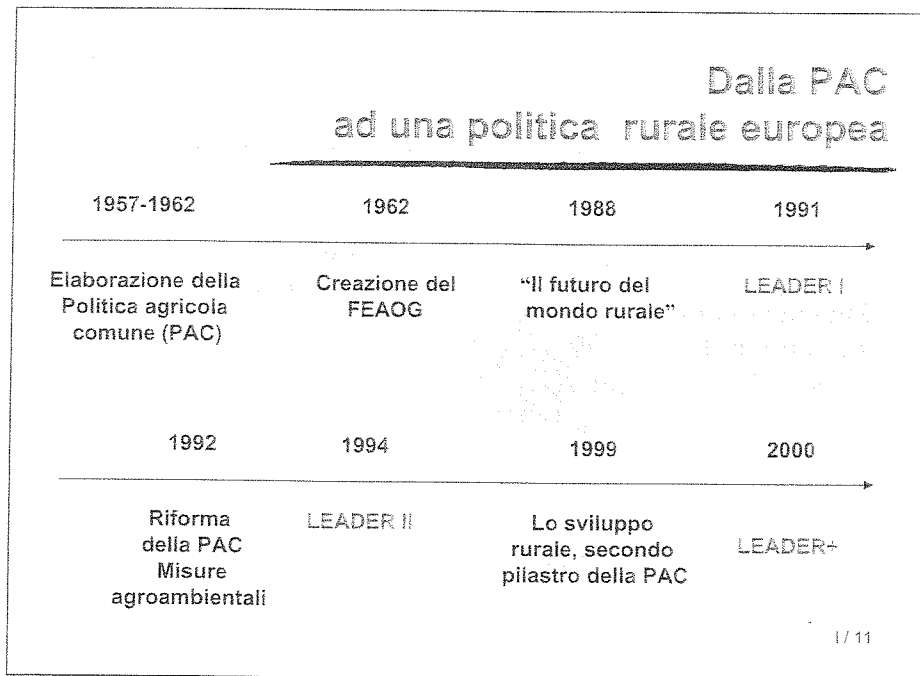


Integrare i principi di LEADER nelle politiche rurali

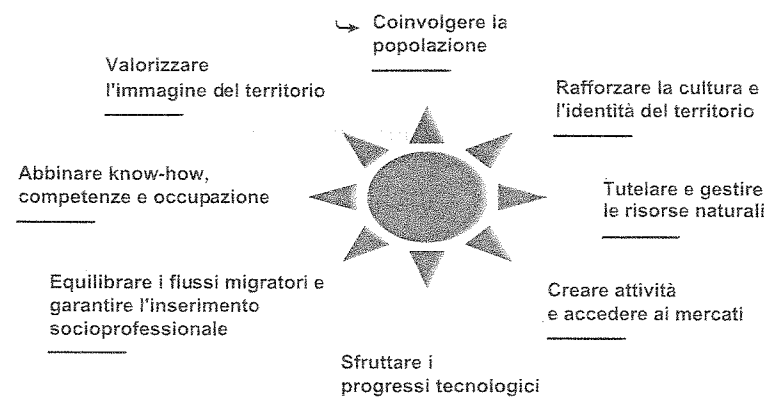


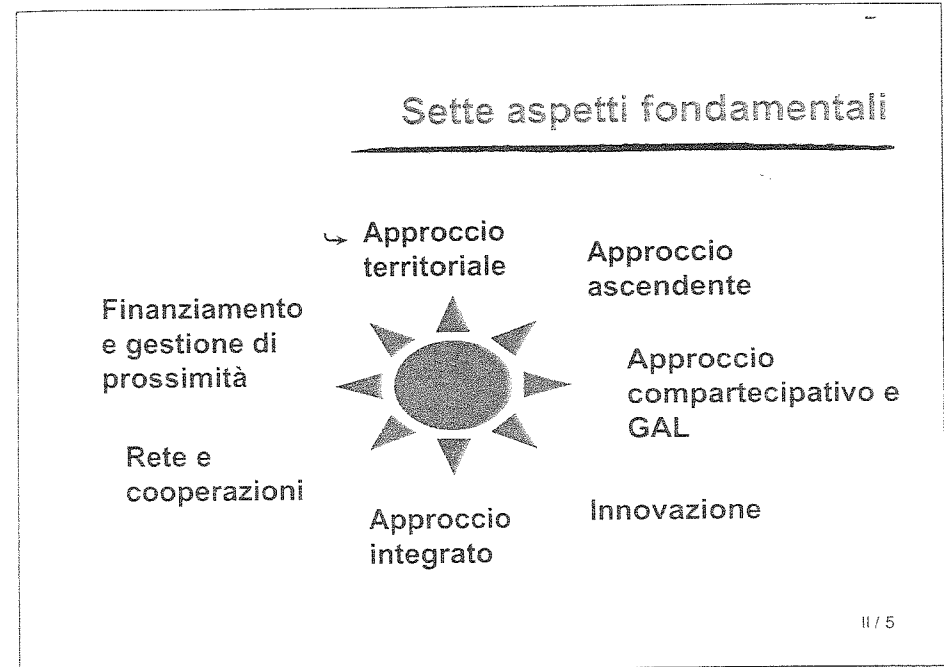
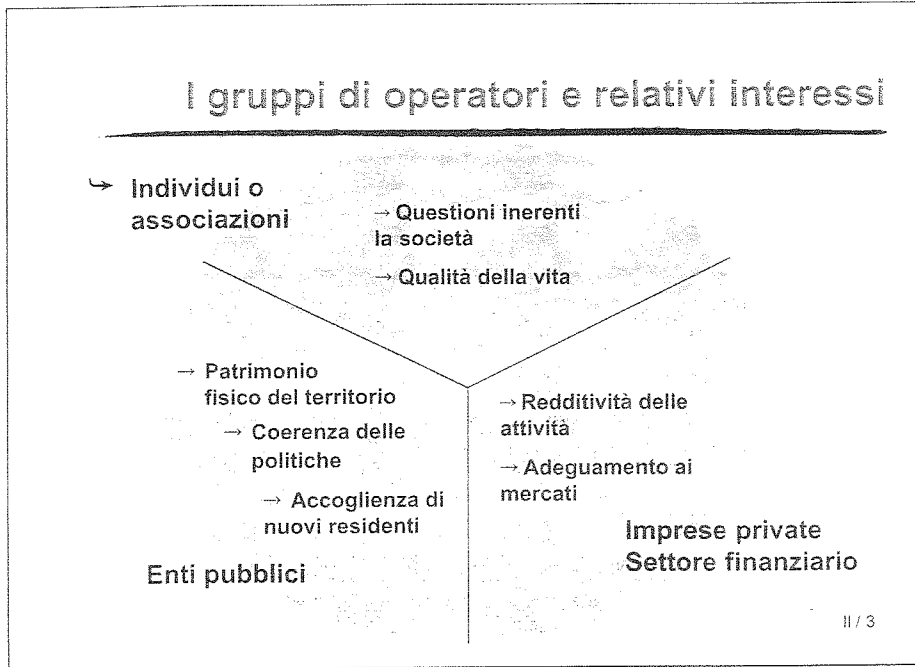
Una politica agricola più rurale



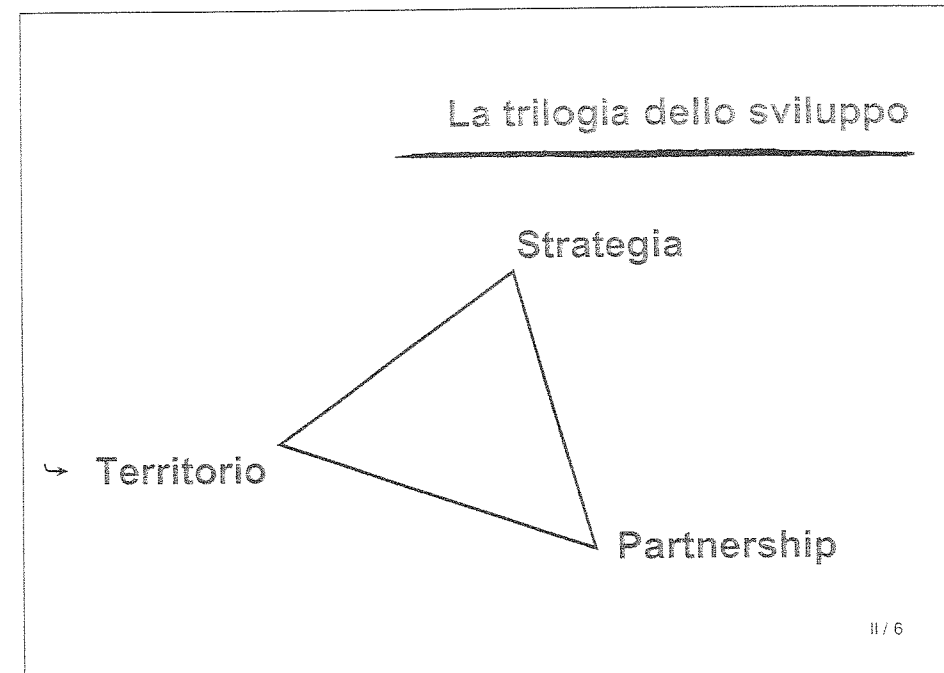


Le sfide per le zone rurali

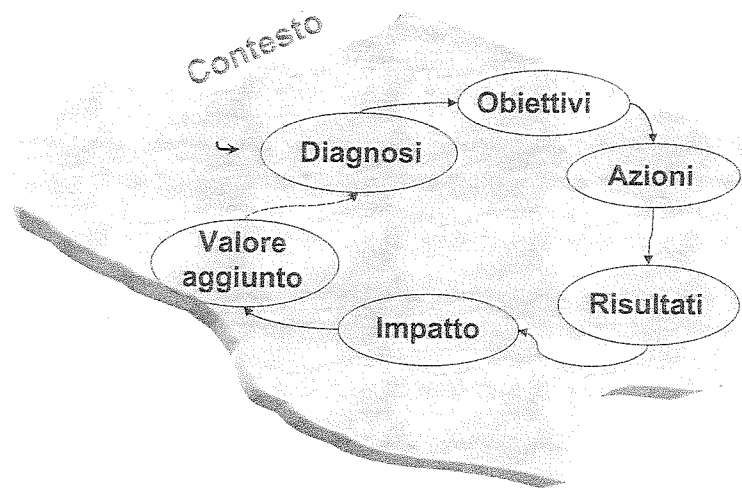




La trilogia dello sviluppo



Le fasi di un programma



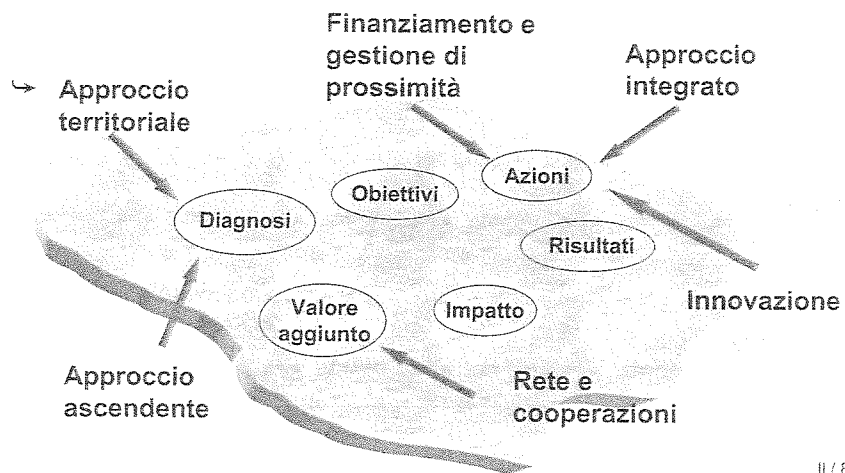
II / 7

Il valore aggiunto di LEADER

⇒ Una nuova concezione dello sviluppo rurale, basata sul riavvicinamento e l'instaurazione di collegamenti

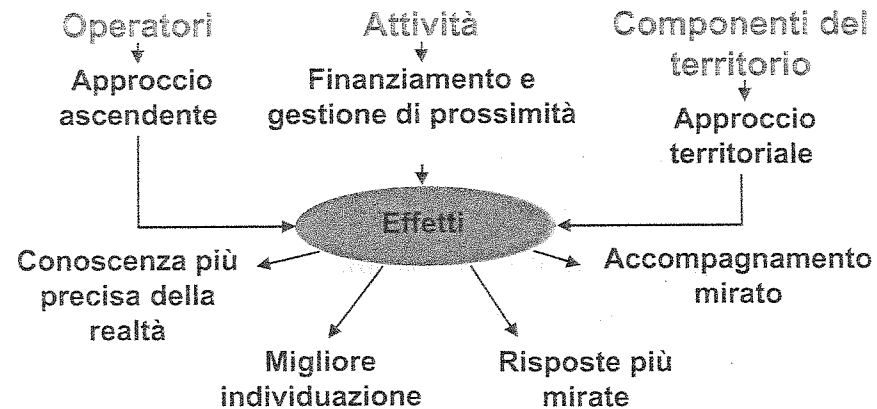
II / 9

La dinamica dell'impostazione

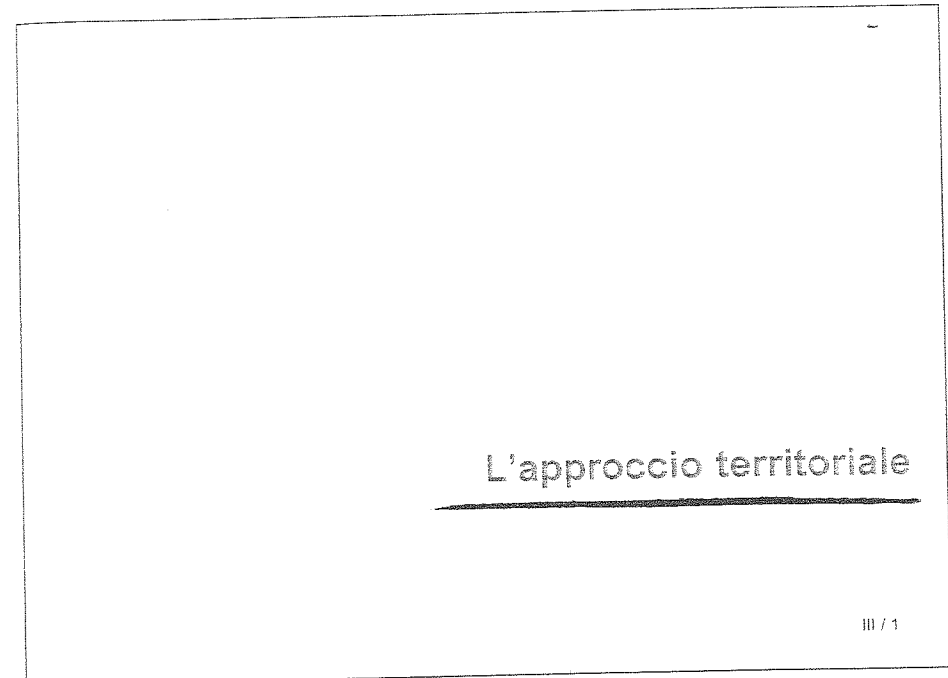
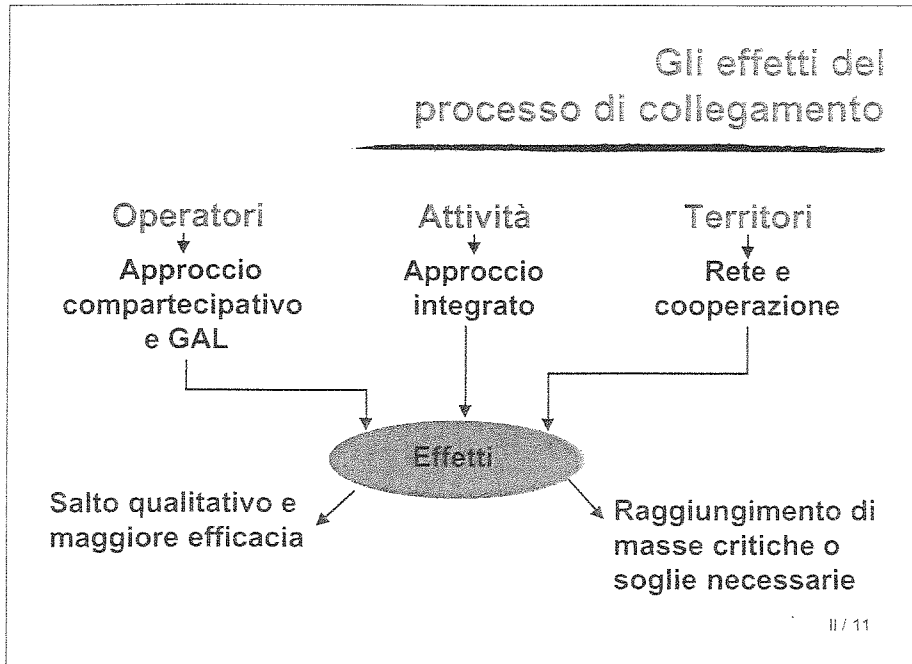


II / 8

Gli effetti del processo di riavvicinamento

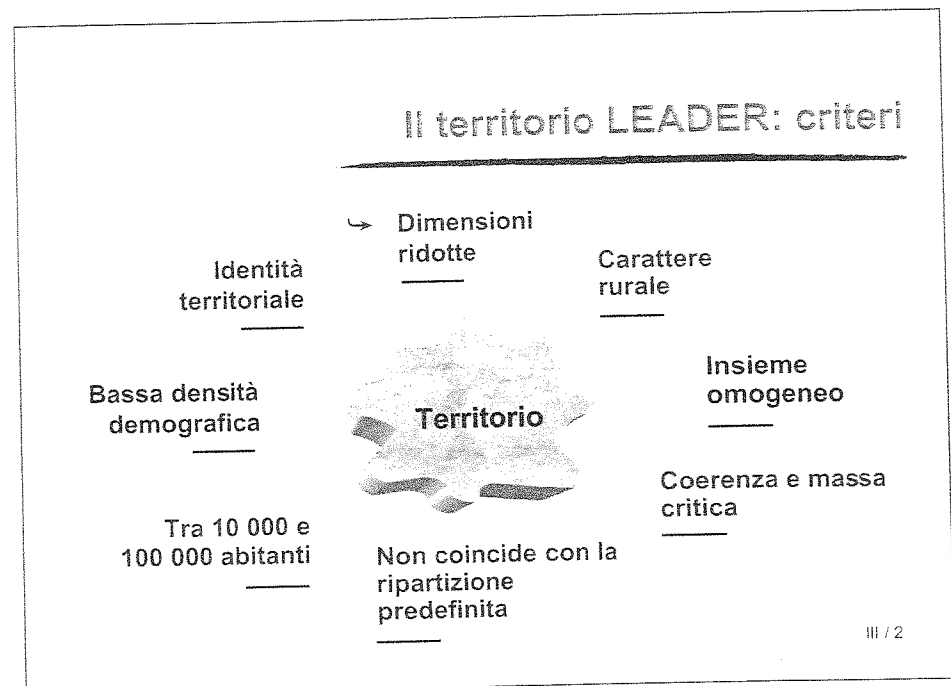


II / 10

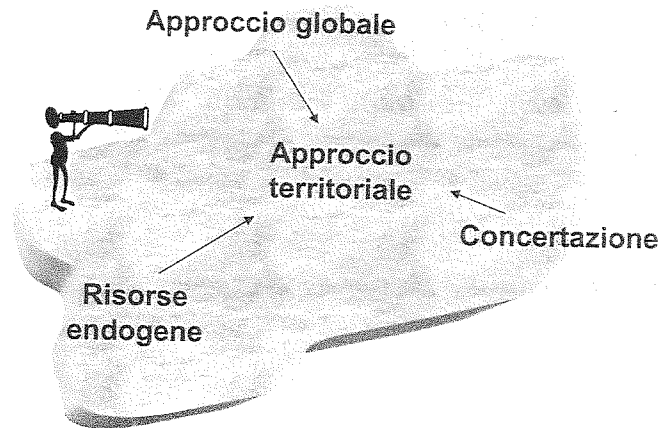


- ### Prospettive
- ⇒ Principali sfide per il futuro del territorio?
 - ⇒ Obiettivi prioritari per cogliere tali sfide?
 - ⇒ Adeguamento delle politiche e dei programmi attuali?
 - ⇒ Importanza attribuita a ciascuno dei 7 aspetti di LEADER per la gestione di un programma?
 - ⇒ Cause di insuccesso?
- II / 12

Il territorio LEADER: criteri

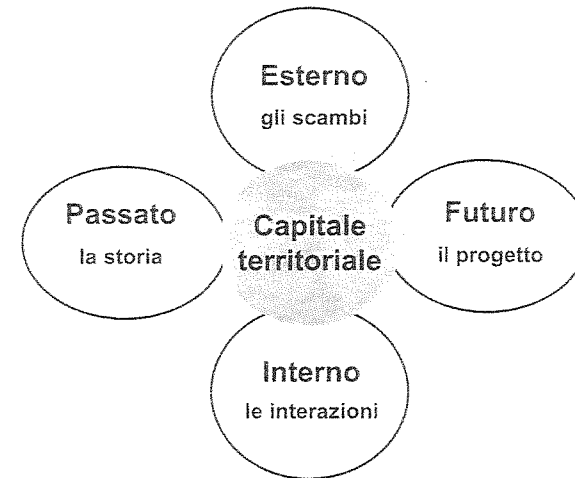


Il concetto di approccio territoriale



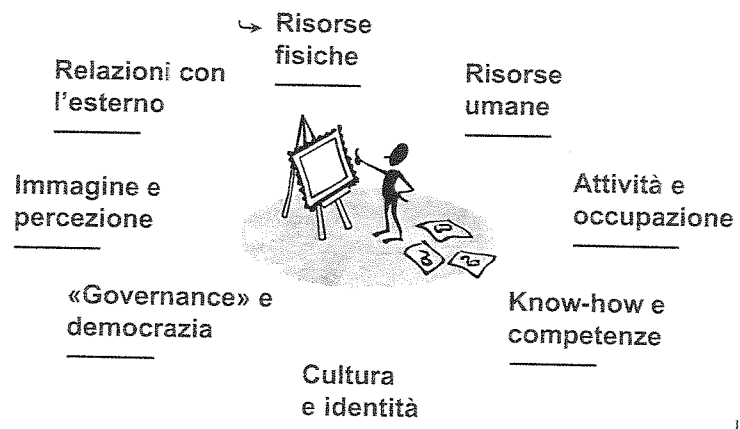
III / 3

Il capitale territoriale



III / 5

Identificare il profilo del territorio



III / 4

La diagnosi iniziale

- ⇒ Non si limita ad una semplice istantanea della situazione
- ⇒ Prima opportunità per coinvolgere la popolazione e mobilitare gli operatori chiave
- ⇒ Utilizzo di metodi partecipativi
- ⇒ Elaborazione di scenari alternativi



III / 6

Le diagnosi intermedie

- ⇒ Aggiornare la diagnosi per:
 - ✓ verificare la pertinenza degli orientamenti iniziali
 - ✓ individuare gli effetti indotti
 - ✓ individuare gli squilibri e le sinergie
 - ✓ se necessario, riorientare il programma

III / 7

Dalla diagnosi alla strategia

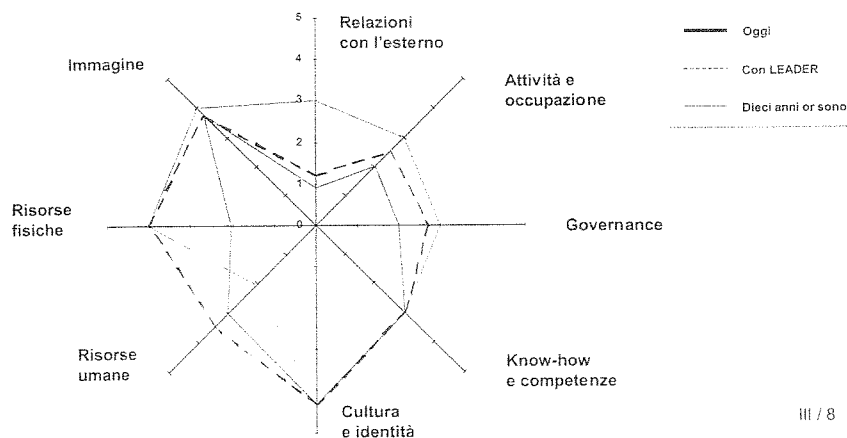
- ⇒ Condividere i risultati della diagnosi
- ⇒ Privilegiare un approccio integrato
- ⇒ Scegliere uno o più temi catalizzatori
- ⇒ Elaborare una visione comune sul futuro del territorio



III / 9

Il profilo territoriale, uno strumento di animazione

Territorio di Bairrada e Mondego (Centro, Portogallo)



III / 8

Elaborare una strategia: principi

- ⇒ Scegliere un filo conduttore (tema catalizzatore)
- ⇒ Concentrarsi sul processo e su una visione integrata
- ⇒ Scegliere una porta d'accesso unica o adottare la "strategia del seminatore"
- ⇒ Ricercare effetti moltiplicatori
- ⇒ Attuare un dispositivo di follow-up e valutazione

III / 10

Suscitare una dinamica collettiva intorno al "territorio-progetto"

- ⇒ Fare della diagnosi e della preparazione del progetto uno strumento di animazione e di concertazione
- ⇒ Ricercare strategie in cui non vi siano perdenti
- ⇒ Valutare le capacità di intervento



III / 11

Prospettive

- ⇒ Come definire un perimetro pertinente per un programma LEADER?
- ⇒ Importanza dei differenti parametri?
- ⇒ Risorse da considerare?
- ⇒ Valore aggiunto dell'approccio territoriale rispetto agli approcci settoriali?

III / 13

Esempi di linee di intervento strategiche

- ⇒ Puntare sulla complementarità
- ⇒ Attuare azioni periferiche
- ⇒ Sviluppare l'integrazione
- ⇒ Consolidare o diversificare
- ⇒ Recuperare e valorizzare
- ⇒ Riequilibrare
- ⇒ Fornire impulsi, dinamizzare in modo diffuso
- ⇒ Attrarre nuovi soggetti



Sul campo, la strategia territoriale abbina varie linee strategiche

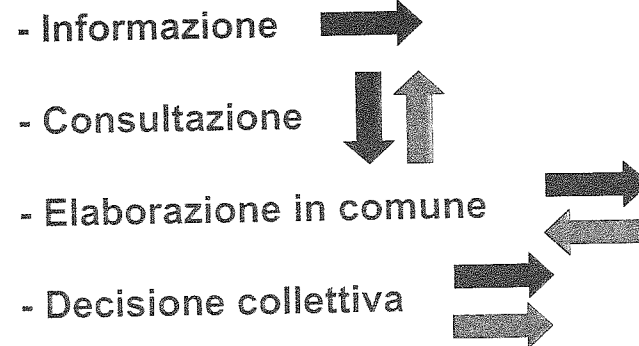


III / 12

L'approccio ascendente

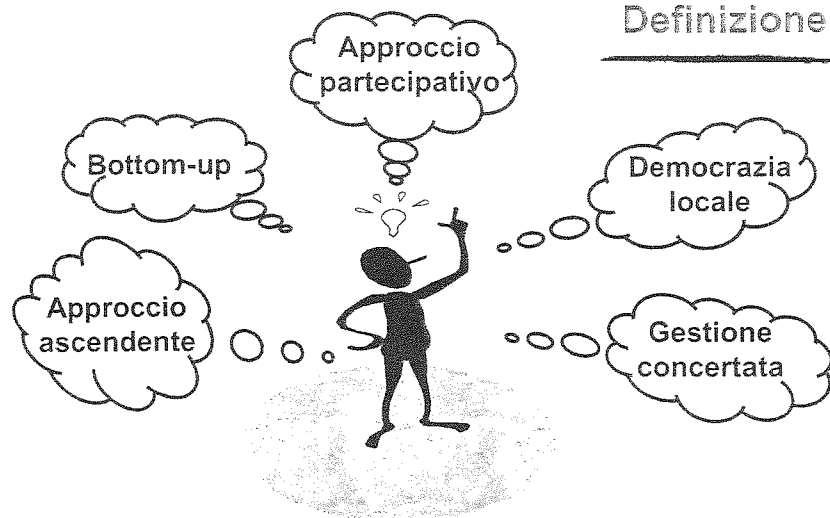
IV / 1

Quattro livelli di "partecipazione"



IV / 3

Definizione



IV / 2

L'approccio ascendente nell'ambito di LEADER

Promuovere un processo partecipativo

- ⇒ Popolazione
- ⇒ Promotori di idee e progetti
- ⇒ Mondo associativo
- ⇒ Gruppi di interesse economici e sociali
- ⇒ Istituzioni pubbliche e private rappresentative

IV / 4

Obiettivi

- ⇒ Coinvolgere la popolazione = fiducia
- ⇒ Far emergere le idee, sviluppare le iniziative = animazione
- ⇒ Creare un consenso = gestione dei conflitti
- ⇒ Delegare = processo decisionale a livello locale

IV / 5

I valori al centro del progetto di territorio

- ⇒ Rispettare le idee e le persone
- ⇒ Riconoscere l'esistenza di bisogni diversificati
- ⇒ Agire in modo trasparente

Una parola chiave: ANIMAZIONE

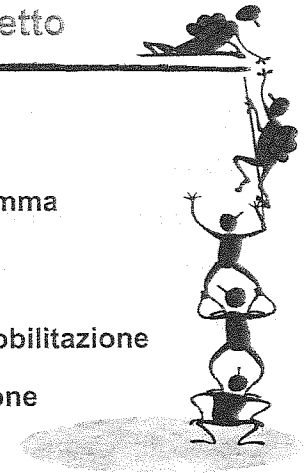


IV / 6

Partecipazione + decisione collettiva = appropriazione del progetto

Equazione modulabile:

- ✓ In funzione dello sviluppo del programma
- ✓ In funzione del contesto:
 - debole o conflittuale = logica di mobilitazione
 - organizzato = logica di strutturazione



IV / 7

Condividere le diverse forme di espressione



e persino i conflitti



trasforma la visione del territorio-progetto:

- ✓ visione più complessa (ostacoli, risorse e idee)
- ✓ visione più approfondita (superare i modi di pensare)
- ✓ visione più coerente (nuovi riferimenti legati all'identità)

IV / 8

Alcune piste per l'animazione del territorio

- ⇒ Creare momenti e spazi di incontro
- ⇒ Gestire i conflitti
- ⇒ Favorire i contatti tra gruppi e settori
- ⇒ Decentrare le responsabilità
- ⇒ Garantire una comunicazione professionale

... che richiedono mezzi:

professionalizzare la funzione di agente dello sviluppo

IV / 9

Approccio ascendente e selezione dei progetti

Approccio tradizionale

Approccio ascendente

Separazione tra chi elabora i criteri e i candidati



Partecipazione dei potenziali beneficiari all'elaborazione dei criteri

Condizioni paritarie



Criteri differenziati

Criteri precisi



Criteri ampi, che stimolano la riflessione

Parità nella diffusione



Approccio proattivo

Fascicoli scritti, amministrativi



Fascicoli semplificati

Selezione dei progetti ad opera di esperti



Partecipazione dei beneficiari alla selezione dei progetti

IV / 11

Approccio ascendente e nascita di progetti

Preparazione

Realizzazione

Popolazione

Partnership locale

Istituzioni

Promotori di progetto

Bandi

Selezioni di progetti

Approccio collettivo

diffusione pubblica

ricerca di coerenza

Approccio individuale

rapporto diretto

rapporto diretto o selezione neutra

IV / 10

Prospettive

- ⇒ Come individuare i gruppi attivi?
- ⇒ Come:
 - ✓ favorire o migliorare la consultazione?
 - ✓ favorire o migliorare la decisione collettiva?
- ⇒ Quale approccio per la gestione dei conflitti?
- ⇒ Punti di forza e ostacoli?

IV / 12

L'approccio partecipativo e il gruppo di azione locale

V/1

Essere "partner"

- ⇒ Prendere parte (associazione)
- ⇒ Far parte di (scelta)
- ⇒ Prendere partito (impegno)
- ⇒ Rendere partecipi (comunicazione)

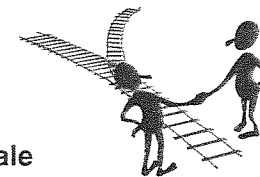


V/2

La partnership locale

⇒ Nuovo modello di organizzazione per:

- ✓ associare le forze attive intorno ad un progetto
- ✓ permettere a tutte le parti di esprimersi
- ✓ considerare le risorse in una prospettiva più ampia
- ✓ garantire un collegamento tra le azioni
- ✓ essere vicini alle realtà locali
- ✓ garantire la flessibilità a livello gestionale



V/3

La partnership, innovazione e elemento catalizzante dell'innovazione

- ⇒ instaurazione o ricostituzione di un legame sociale (identità)
- ⇒ costituzione di una rete di relazioni e di forme di solidarietà
- ⇒ condizione necessaria per indurre processi di cambiamento

V/4

La partnership LEADER

L'espressione di un gruppo di soggetti (pubblici e privati)

di diversa natura

in grado di organizzare ed assumersi un impegno collettivo

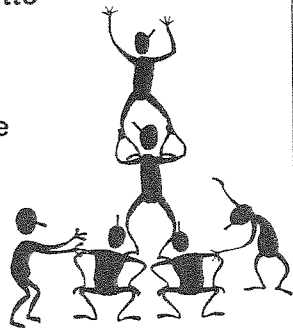
legittimato a gestire fondi pubblici



V / 5

Le componenti della partnership

- ⇒ Una rete di contatti e relazioni
- ⇒ Una cooperazione sancita da un contratto
- ⇒ Un clima di fiducia
- ⇒ Una capacità organizzativa e gestionale
- ⇒ Una geometria variabile in funzione delle diverse preoccupazioni



V / 6

Il gruppo di azione locale (GAL)

- ⇒ Una struttura con un'origine e statuti diversi (né amministrazione pubblica né settore privato) per:
 - ✓ rappresentare gli interessi degli operatori e della popolazione
 - ✓ definire una strategia e attuare il programma di sviluppo
 - ✓ avere un potere decisionale

V / 7

L'équipe tecnica

- ⇒ Un'équipe qualificata per:
 - ✓ animare il processo di sviluppo
 - ✓ informare, formare, fornire consulenza
 - ✓ organizzare la concertazione
 - ✓ individuare i soggetti da associare e i progetti
 - ✓ assistere i promotori di progetto



V / 8

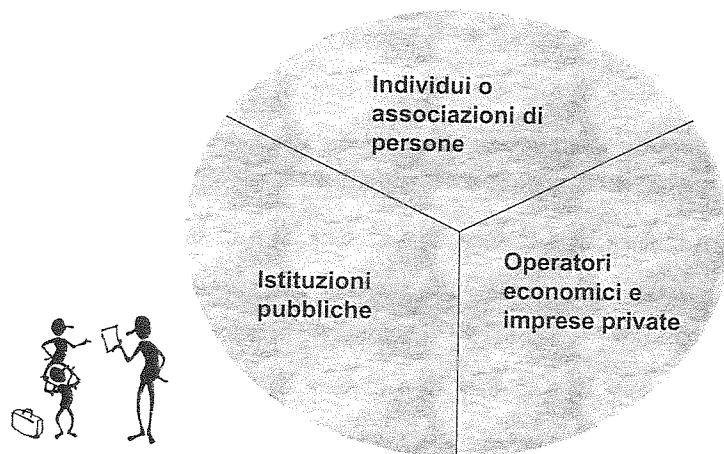
Le funzioni del gruppo di azione locale

Forme di sostegno adeguate per ogni fase del progetto:

- ✓ informazione, consulenza
- ✓ animazione e ricerca dei promotori di progetto
- ✓ formazione
- ✓ elaborazione del business plan e ricerca di finanziamenti
- ✓ collegamento con gli istituti specializzati
- ✓ accompagnamento e follow-up dei progetti
- ✓ azioni collettive

V / 9

Gli operatori potenziali



V / 10

Operatori privati o associativi



V / 11

Operatori economici



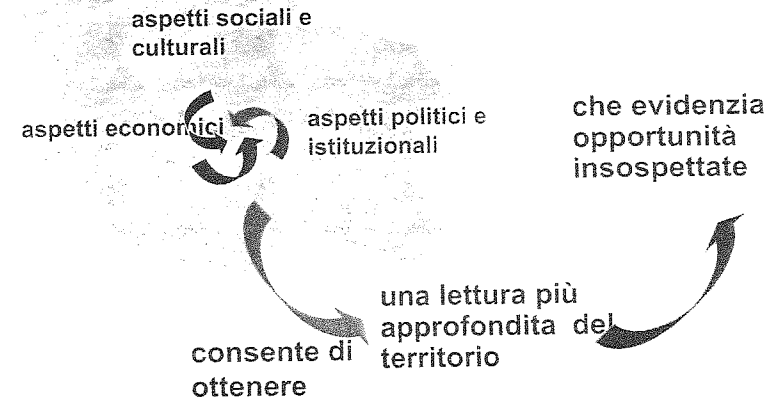
V / 12

Soggetti pubblici



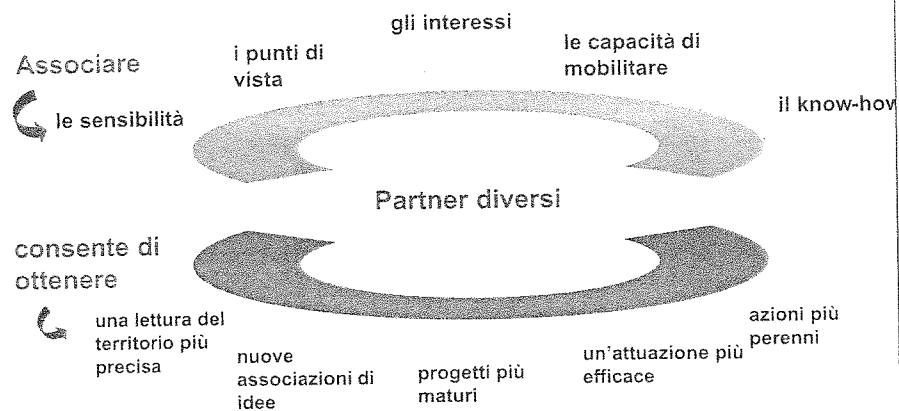
V / 13

Associare le sensibilità



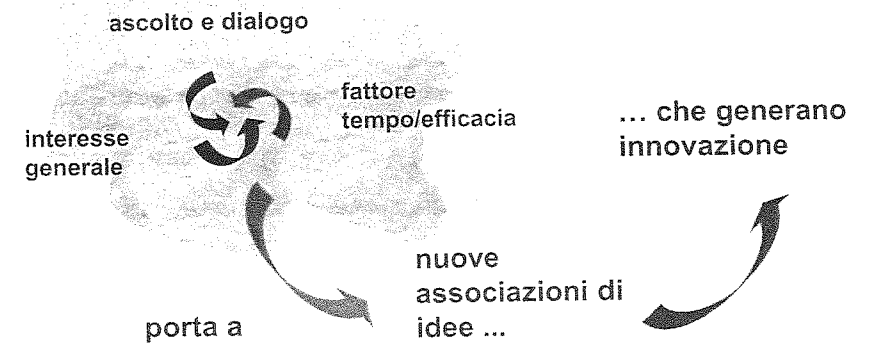
V / 15

La partnership, motore dell'innovazione



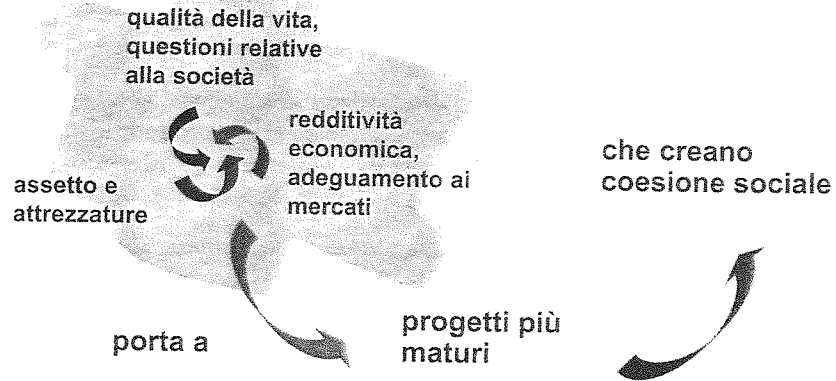
V / 14

Associare i punti di vista



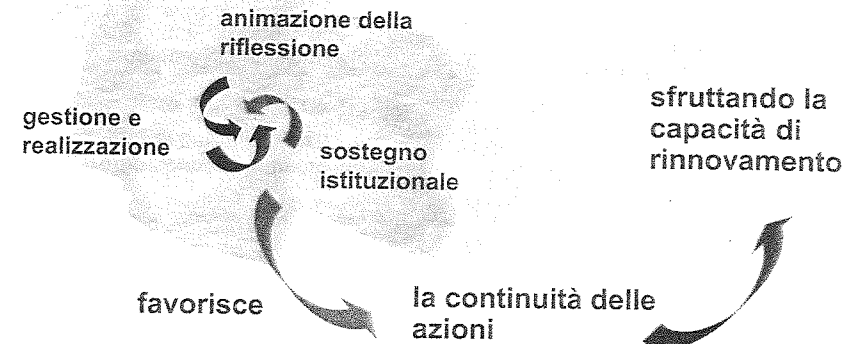
V / 16

Associare gli interessi



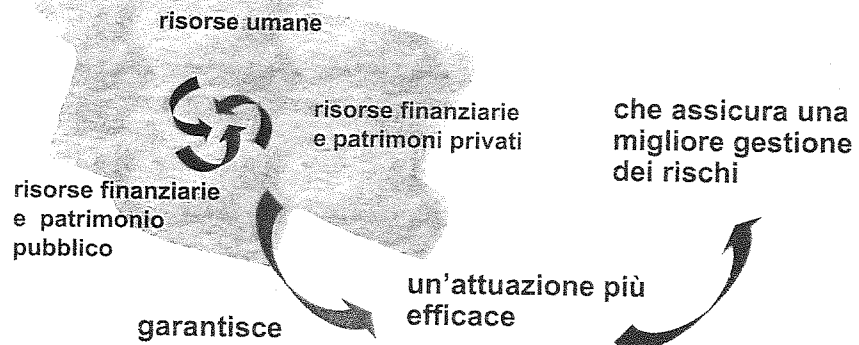
V / 17

Associare il know-how



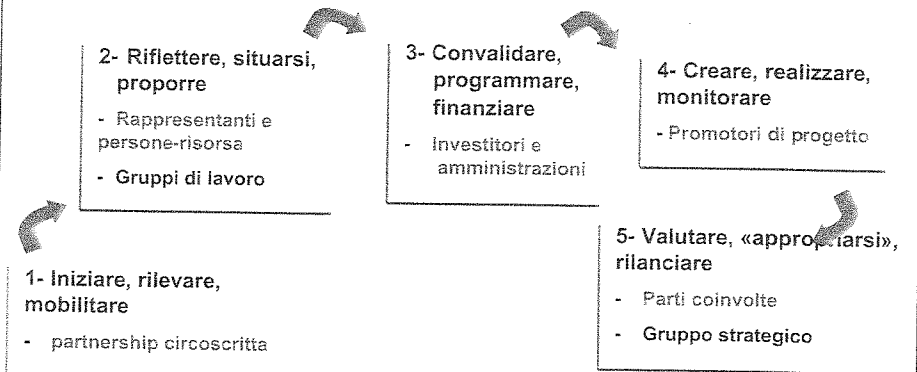
V / 19

Associare le capacità di mobilitare



V / 18

Il "quadro comandi" della partnership



V / 20

La "galassia" del GAL



V / 21

L'innovazione

VI / 1

Prospettive

- ⇒ Come prevedere l'effettiva partecipazione degli enti nell'ambito della partnership?
- ⇒ Come garantire la rappresentatività della partnership?
- ⇒ Effetto dell'approccio partecipativo sulla dinamica locale?
- ⇒ Originalità della partnership LEADER?

V / 22

L'innovazione in materia di sviluppo rurale

► Valorizzare le risorse inutilizzate

► Processo collettivo

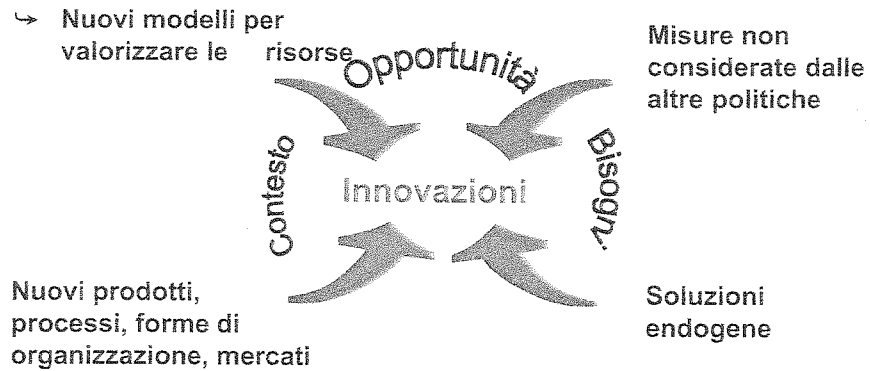
► Capacità di assumersi il rischio

► Soluzioni mirate



VI / 2

L'innovazione nell'ambito di LEADER II



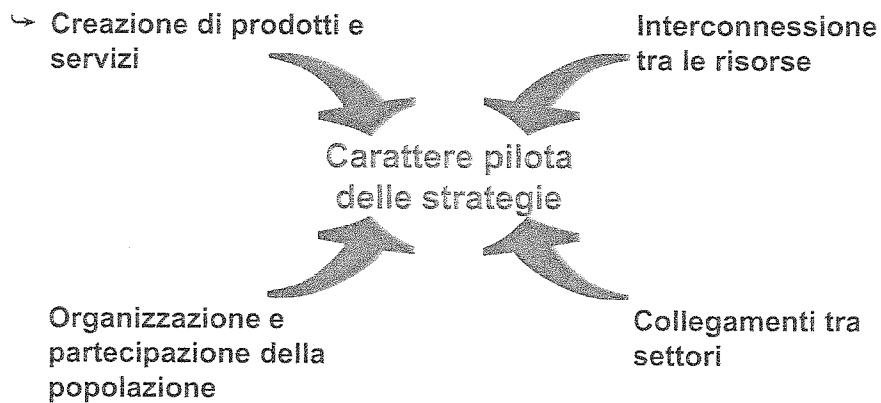
VI / 3

Imparare dall'innovazione

- ⇒ Rimettere in causa le percezioni
- ⇒ Trasformare la mentalità e le prassi
- ⇒ Promuovere processi di apprendimento
- ⇒ Ricerca di compatibilità
- ⇒ Agevolare la sperimentazione

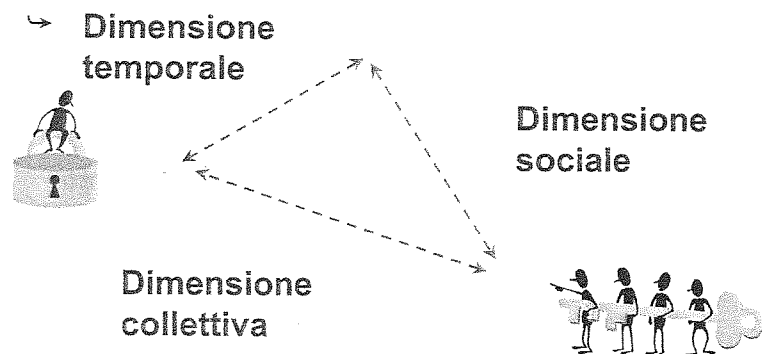
VI / 5

Il carattere pilota della strategia nell'ambito di LEADER+



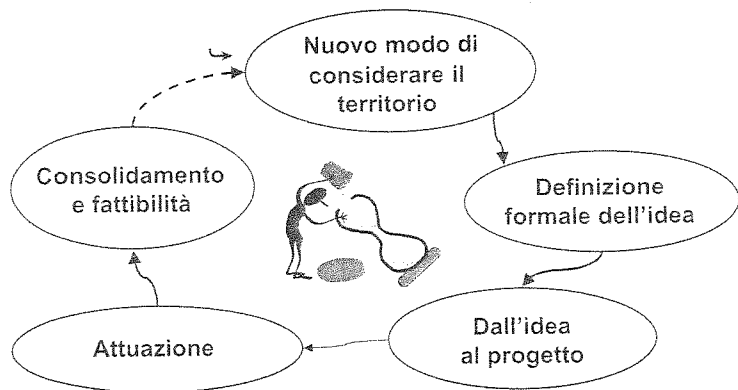
VI / 4

L'innovazione, un processo



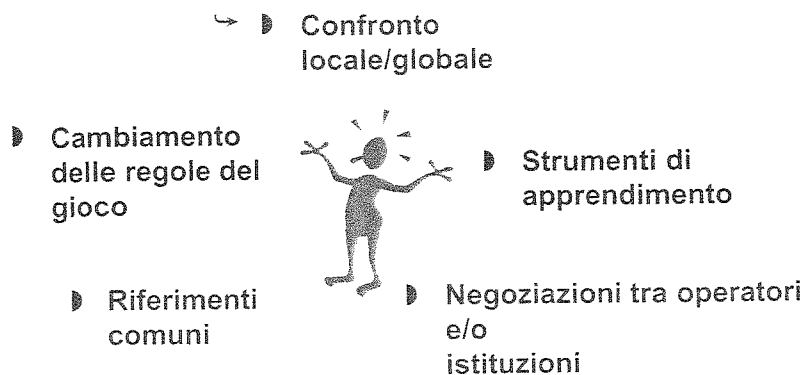
VI / 6

La dimensione temporale



VI / 7

La dimensione sociale



VI / 8

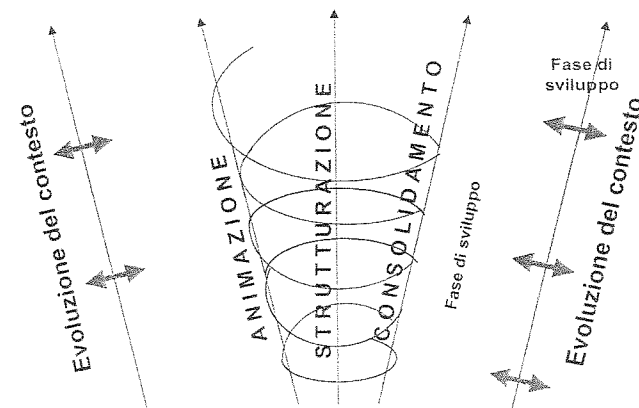
La dimensione collettiva

	Contesto	Idea	Progetto	Attuazione	Fattibilità
Regole del gioco				6	9
Riferimenti comuni			4		
Negoziazione		2	5		8
Apprendimento				7	
Locale/globale	1	3			

Esempio: "Or Vert du Magnoac"

VI / 9

La spirale dello sviluppo



VI / 10

Alcune piste di intervento

- ⇒ Diversificare le economie locali
- ⇒ Intensificare le interazioni tra locale e globale
- ⇒ Approfondire le sinergie interne
- ⇒ Favorire i trasferimenti tecnologici
- ⇒ Adeguare i quadri amministrativi e finanziari
- ⇒ Ampliare le reti e la cooperazione

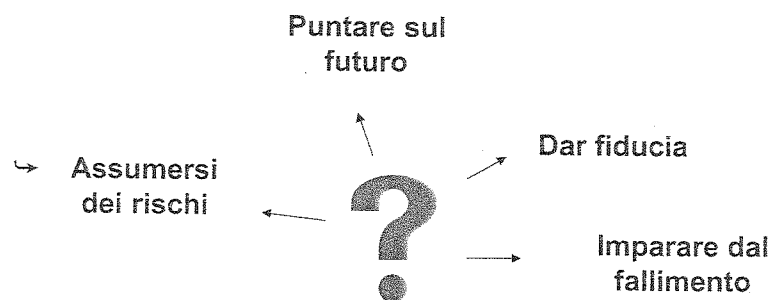
VI / 11

Prospettive

- ⇒ Esperienza di azione innovativa realizzata o in atto?
- ⇒ Criteri di innovazione scelti?
- ⇒ Quali operatori svolgono un ruolo determinante?
- ⇒ Freni all'innovazione?
- ⇒ Risultati e tentativi?

VI / 13

Innovazione e incertezza



VI / 12

L'approccio integrato e multisettoriale

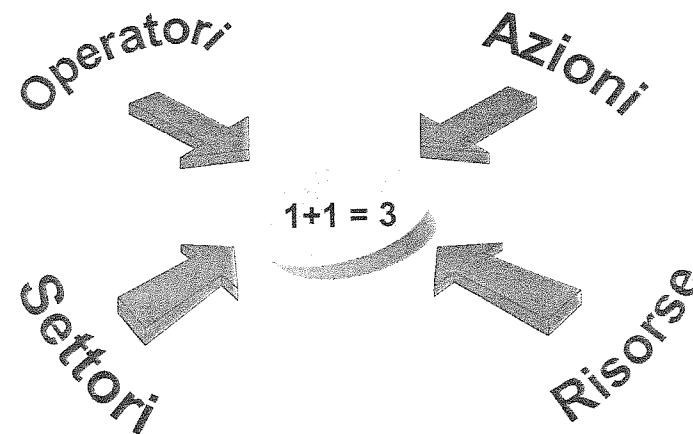
VII / 1

Due consuetudini metodologiche

- ⇒ Integrazione verticale, filiera:
differenziazione delle risorse locali,
carattere unico
- ⇒ Integrazione orizzontale (economica, culturale,
sociale, ambientale): sinergie tra attività =
approccio integrato nell'ambito di LEADER

VII / 2

"Il risultato è superiore
alla somma degli addendi"



VII / 3

Varie tipologie di integrazione

- ⇒ Tra operatori
- ⇒ Tra settori di attività
- ⇒ In una filiera territoriale
- ⇒ In modo trasversale

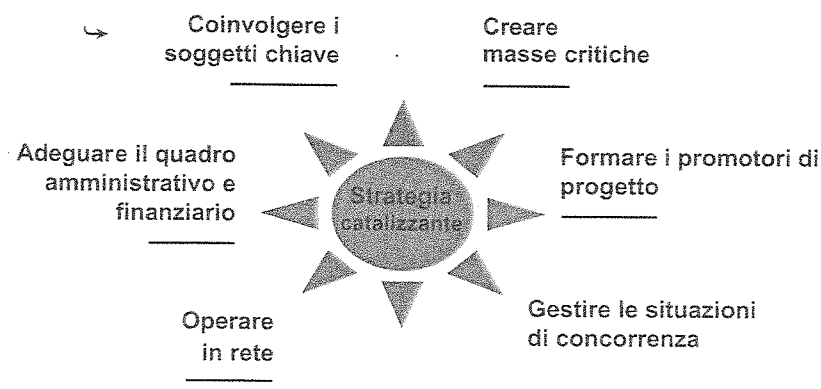
VII / 4

Obiettivi del processo di integrazione

- ⇒ **Migliorare la competitività economica del territorio:**
 - ⇒ superare gli approcci settoriali
 - ⇒ creare o valorizzare le sinergie
 - ⇒ suscitare processi collettivi
 - ⇒ favorire l'adeguamento del settore agricolo

VII / 5

La dinamica dell'impostazione



VII / 6

Progressi ...

- ⇒ **Cambiamento di mentalità**
- ⇒ **Inserimento di varie categorie sociali**
- ⇒ **Valorizzazione di risorse sotto-utilizzate**
- ⇒ **Fattibilità dei progetti**

Competitività territoriale

VII / 7

... ancora limitati

- ⇒ **Semplice somma di progetti**
- ⇒ **Necessita una sostanziale assistenza tecnica**
- ⇒ **Si concentra sui principali settori di attività (es.: turismo e prodotti)**
- ⇒ **Richiede tempo, talvolta è incompatibile con altre politiche pubbliche**

VII / 8

Dall'integrazione allo sviluppo sostenibile

"... soddisfare i bisogni delle attuali generazioni senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri"
(Vertice di Rio, 1992)

- ⇒ integra crescita economica, sviluppo sociale e gestione delle risorse naturali
- ⇒ una visione a lungo termine (generazioni future)

⇒ una dimensione di LEADER+

VII / 9

Prospettive

- ⇒ Esperienza di azioni integrate già realizzate o in corso?
- ⇒ Strumenti utilizzati per queste azioni (risorse, durata, competenze, ecc.)?
- ⇒ Ostacoli?
- ⇒ Impatto di questa esperienza su ogni azione?
- ⇒ Valore aggiunto per il territorio?

VII / 10

Creazione di una rete e cooperazione tra territori

VIII / 1

Rete e cooperazione: strumenti complementari

Rete

- ⇒ Complesso dei servizi e degli strumenti
 - ✓ destinato agli operatori locali
 - ✓ per agevolare gli scambi e la cooperazione
- ⇒ Dispositivo strutturato in modo formale che integra i rapporti informali



Cooperazione

- ⇒ Strumento per
 - ✓ rafforzare l'intervento dei gruppi di azione locale
 - ✓ risolvere i problemi
 - ✓ valorizzare i punti di forza
 - ✓ rilanciare l'economia
- ⇒ Impegno formale

VIII / 2

Gli obiettivi dell'organizzazione in rete

▶ Creare contatti

▶ Scambi e trasferimento

▶ Promuovere cooperazioni tra territori

▶ Capitalizzare gli insegnamenti



VIII / 3

... e ruoli diversi

Estensione geografica

Tipologia

Ruolo

- Locale
- Regionale
- Nazionale
- Europea

- Istituzionale
- Associativa
- Generica
- Tematica

- Animatore
- Operatore
- Mediatore
- Politico

VIII / 5

Le reti: diverse tipologie ...

Estensione geografica

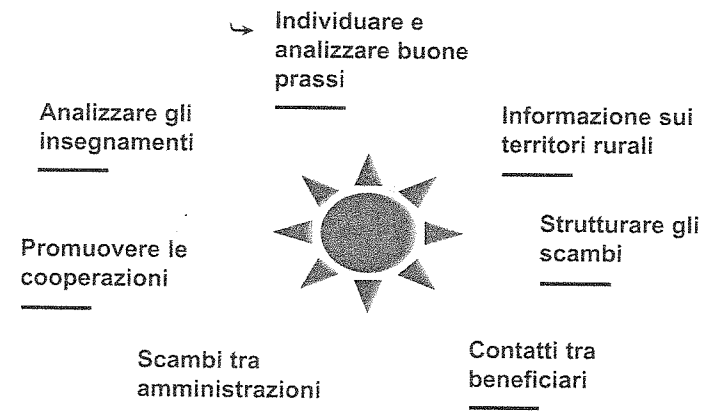
Tipologia

- Locale
- Regionale
- Nazionale
- Europea

- Istituzionale
- Associativa
- Generica
- Tematica

VIII / 4

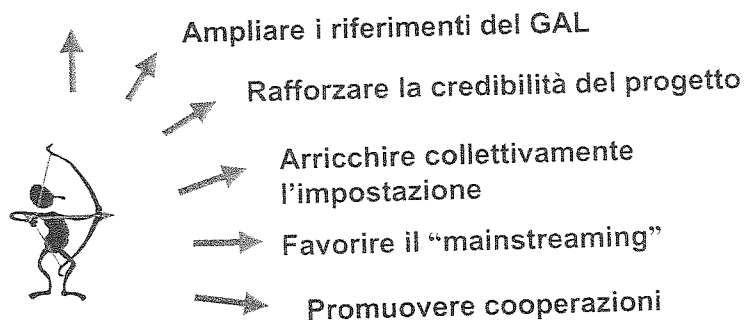
Le missioni dell'Osservatorio europeo LEADER



VIII / 6

L'impatto dell'organizzazione in rete

Accedere a informazioni utili



VIII / 7

La cooperazione transnazionale nell'ambito di LEADER II

46% dei gruppi partecipanti a

255 azioni note all'Osservatorio

Numero di partner sovente ridotto (3 in media)

Settori

Produzione agroalimentare
 Turismo rurale
 Tecnologie dell'informazione
 Ambiente e patrimonio
 Servizi alla popolazione

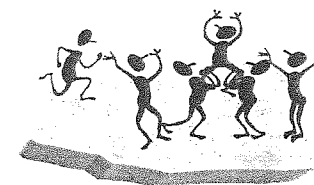
VIII / 8

Gli obiettivi della cooperazione

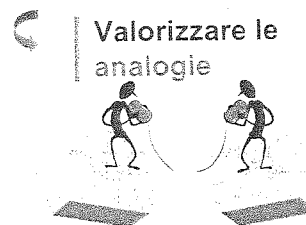
Valorizzare le complementarità



Ricerca masse critiche

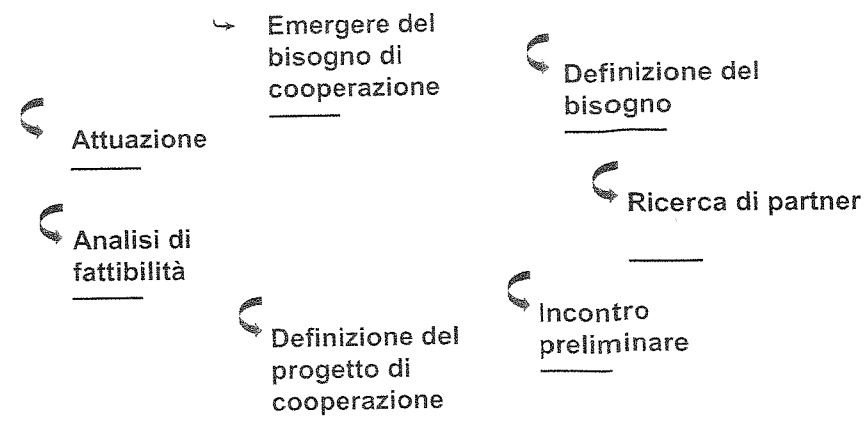


Valorizzare le analogie



VIII / 9

Dall'idea all'azione: il percorso di un progetto



VIII / 10

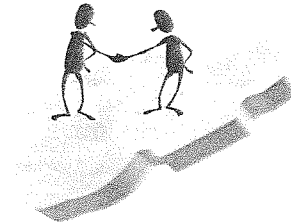
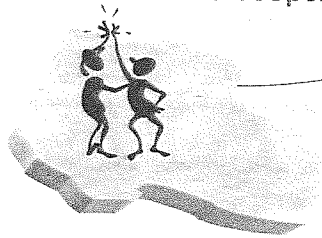
Gli effetti qualitativi della cooperazione

Apertura e arricchimento culturale reciproco

Nascita di una cultura della cooperazione

Diffusione all'esterno del gruppo locale

Apprendimento con l'esperienza



VIII / 11

La cooperazione transnazionale nell'ambito di LEADER+

- ⇒ Inter-territoriale, di prossimità
- ⇒ Transnazionale all'interno dell'Unione
- ⇒ Territorio di un paese terzo, organizzato secondo l'approccio LEADER

VIII / 12

La cooperazione: un'impostazione impegnativa

- ⇒ Incentrata sul tema catalizzatore e il valore aggiunto per i settori, gli operatori e la popolazione
- ⇒ Precisa individuazione della pertinenza
- ⇒ Considerazione dei rispettivi interessi
- ⇒ "A tempo debito" nel quadro dell'impostazione
- ⇒ Richiede tempo ed energie per risultati talvolta aleatori

VIII / 13

Difficoltà e possibili soluzioni

(1/2)

Difficoltà

Possibili soluzioni

Obiettivi poco chiari o troppo ambiziosi

Obiettivi che soddisfano i bisogni locali reali

Piano d'azione preciso

Gestione e coordinamento dell'azione

struttura di coordinamento efficace

VIII / 14

Difficoltà e possibili soluzioni (2/2)



VIII / 15

Il finanziamento e la gestione di prossimità

IX / 1

Prospettive

A/ Partecipare a reti:

- Perché?
- Qual è il valore aggiunto?
- Quali sono gli ostacoli?

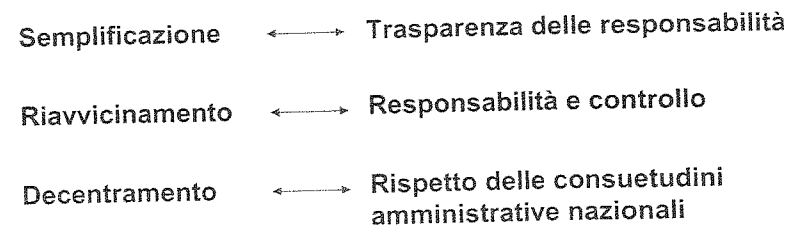
B/ Ricorrere alla cooperazione transnazionale:

- Perché?
- Quali sono gli apporti specifici?
- Quali sono le difficoltà?

VIII / 16

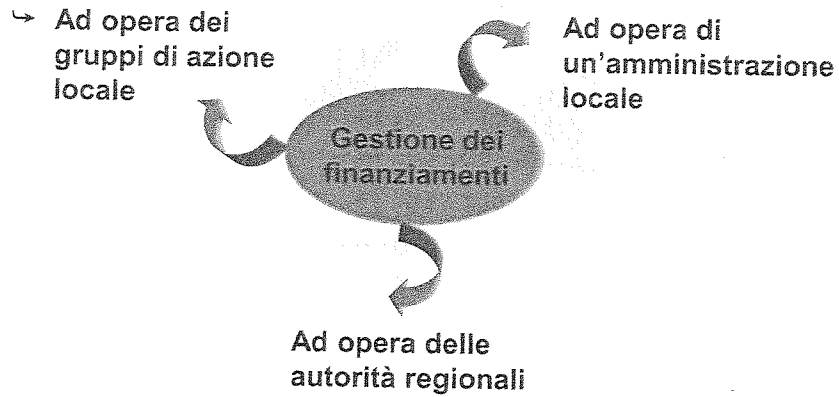
Le sfide in materia di finanziamento e gestione di prossimità

Conciliare



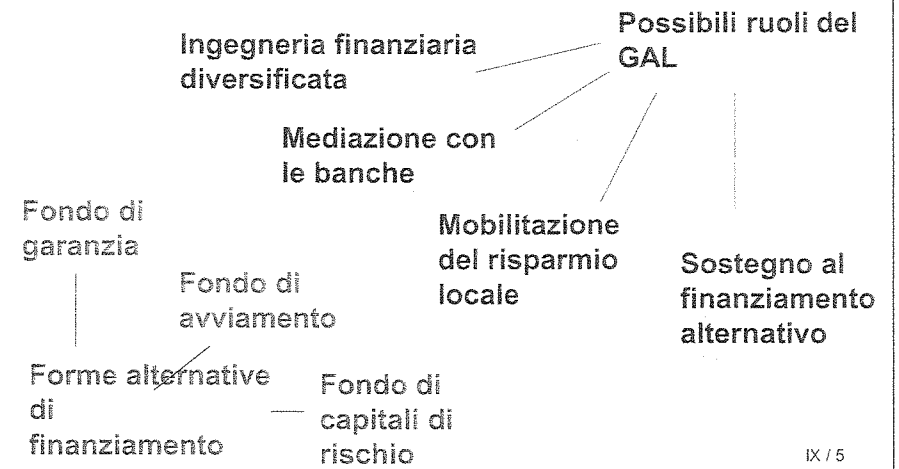
IX / 2

Varie situazioni possibili



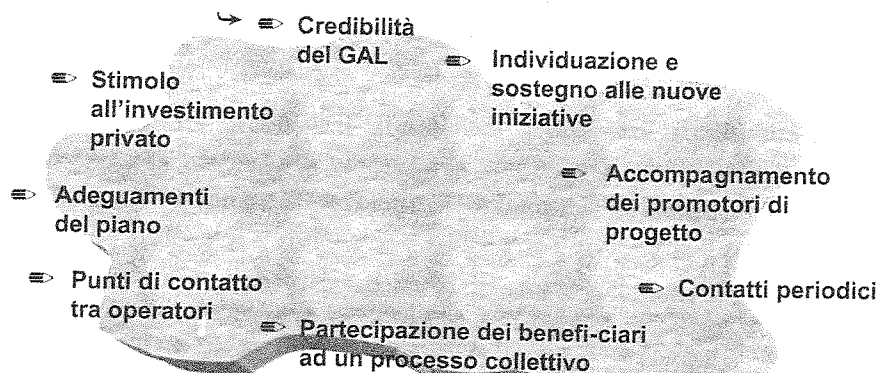
IX / 3

Diversificare gli strumenti di finanziamento dei progetti locali



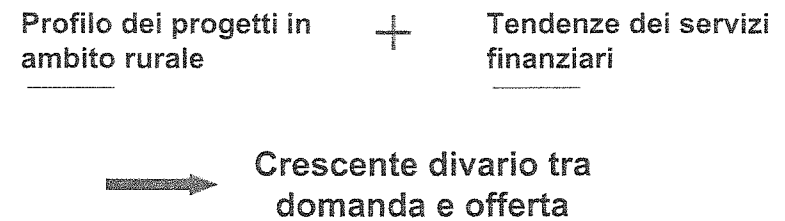
IX / 5

I vantaggi della gestione di prossimità



IX / 4

Fattori che limitano l'accesso al finanziamento



IX / 6

Alcune piste di intervento

- ↪ Intervenire sulla domanda
- Affiancare i promotori di progetto
- ↪ Intervenire sull'offerta
- Introdurre criteri etici
- ↪ Colmare i divari
- Creare gli "anelli mancanti"

IX / 7

Partnership locale e finanziamento

Riavvicinamento

quando le banche partecipano alla partnership

Decentramento dei finanziamenti

il GAL svolge un ruolo di raccordo con gli istituti finanziari

La legittimità del GAL è maggiore se esiste

la capacità di soddisfare i bisogni

la capacità di mediazione

la capacità di organizzare una piattaforma

IX / 8

Tre territori, tre tipologie di ingegneria finanziaria

Partnership tecnica e finanziaria tra gruppi locali
(Aragona, Spagna)



Sostegno finanziario per la creazione di imprese
(Bretagna, Francia)



Un fondo di garanzia e prestiti sull'onore
(Sardegna, Italia)

IX / 9

Prospettive

- ⇒ Autonomia acquisita/auspicata in materia di gestione e di finanziamento?
- ⇒ È necessario migliorare la cooperazione tra gruppo locale e amministrazioni? Per quali aspetti?
- ⇒ È necessario ripartire meglio le responsabilità ai vari livelli?
- ⇒ Efficacia delle procedure di gestione e di finanziamento nell'ambito di LEADER?
- ⇒ Esplorare forme alternative di finanziamento: per chi? Come?

IX / 10

CAPITOLU I Genesi della politica europea di sviluppo rurale

schema del capitolo

Introduzione	Genesi della politica europea di sviluppo rurale	
Lezione 1	Dalla crescita allo sviluppo sostenibile	Livello 1
Lezione 2	"Il futuro del mondo rurale" (1988)	Livello 1
Lezione 3	La svolta degli anni '90	Livello 1
Lezione 4	Le tre fasi di LEADER	Livello 1
Lezione 5	Alcuni semplici principi... e molteplici soluzioni	Livello 1
Lezione 6	I temi chiave di LEADER	Livello 1
Lezione 7	Un'impastazione originale	Livello 1
Lezione 8	Integrare i principi di LEADER nelle politiche rurali	Livello 1
Lezione 9	Una politica agricola più rurale	Livello 1
Lezione 10	Dalla PAC ad una politica rurale europea	Livello 1

CAPITOLU I

riferimenti



Comunicazioni della Commissione europea

"Il futuro del mondo rurale"

Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo e al Consiglio (COM(88) 501 definitiva 1988)

LEADER II

Rif. 84/380/CE

Comunicazione agli Stati membri recante orientamenti per la concessione di sovvenzioni globali o per programmi operativi integrati sulla base di richieste di contributo che gli Stati membri sono invitati a presentare nell'ambito di un'iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale - LEADER II (Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale - Collegamento fra azioni di sviluppo dell'economia rurale)

LEADER+

Rif. 2000/3139/CE

Comunicazione del 14 aprile 2000 recante gli orientamenti per l'iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale (LEADER+)

CAPITOLO I

riferimenti



Dossier L. AD. R. II

Collana "Innovazione in ambito rurale"

N. 6: Costruire una strategia di sviluppo territoriale alla luce dell'esperienza L. AD. R. - Fascicolo n. 1: La competitività territoriale (2000)

Dossier dell'Osservatorio

N. 3: Integrare gli insegnamenti di L. AD. R. nelle future politiche rurali (1999)

L. AD. R. Magazine

N. 13: Speciale Conferenza di Cork "Un mondo rurale che vive" (Inverno 1996-1997)

N. 25: Il modello rurale europeo (Inverno 2000-2001)

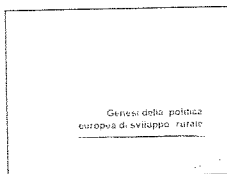
Opuscoli

15 idee forti, 15 Stati membri, 15 esempi L. AD. R.
Mostra presso il Parlamento europeo, Bruxelles, ottobre 1998

LUCIDO 1

Genesi della politica europea in materia di sviluppo rurale

LIVELLO I

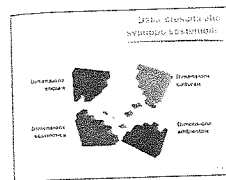


I.4

LUCIDO 2

Dalla crescita allo sviluppo sostenibile

LIVELLO I



Le zone rurali europee sono estremamente diverse tra loro, sia per quanto riguarda la varietà dei contesti (ambientale, economico, sociale, culturale, politico, istituzionale), sia rispetto alle potenzialità evolutive.

A grandi linee, le caratteristiche delle zone rurali abbinano alcuni dei seguenti fenomeni:

- > densità demografica relativamente bassa, invecchiamento della popolazione, struttura demografica non equilibrata, esodo dei giovani più qualificati, ecc.;
- > importanza più o meno rilevante del settore agricolo, declino dell'occupazione e dell'attività agricola, pressioni sul settore fondiario in funzione della vicinanza alle zone urbane, minacce ambientali più o meno accentuate, ecc.;
- > livelli di ricchezza eterogenei, aumento del numero di persone in situazione precaria, maggiore isolamento dovuto alla scomparsa di taluni servizi alle imprese e alle persone, ecc.

Sino agli anni '80, le impostazioni in materia di sviluppo rurale erano essenzialmente fondate su una concezione settoriale degli aiuti, con l'applicazione di approcci "discendenti" (ossia basati sul principio del "top-down", promossi "dall'alto") e il semplice finanziamento di "beneficiari", piuttosto che su azioni volte ad incentivare gli operatori locali, i "promotori di progetto", ad acquisire le competenze necessarie per diventare "operatori-fattori" del futuro del territorio.

I.5

LUCIDO 2 (CONTINUA)

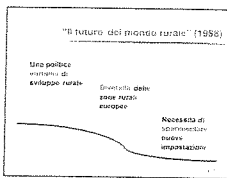
Dalla crescita allo sviluppo sostenibile

LIVELLO I



È pertanto necessario riconsiderare i fondamenti e gli obiettivi di queste politiche e passare da una logica incentrata sulla crescita ad una logica di sviluppo locale sostenibile, considerando la dimensione ambientale, economica, sociale e culturale dei territori rurali. Questa nuova concezione dello sviluppo rurale ha portato all'introduzione di impostazioni innovative delle quali LEADER rappresenta una delle sperimentazioni più riuscite.

I.6

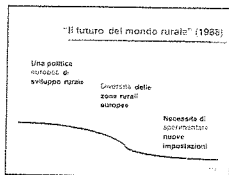


Pubblicata nel 1988, la Comunicazione della Commissione europea "Il futuro del mondo rurale" (COM(88) 501 def.) afferma per la prima volta, con decisione, la necessità di una **politica europea di sviluppo rurale**.

Le zone rurali europee sono estremamente diverse tra loro, sia per quanto riguarda le specificità dei contesti, sia rispetto alle potenzialità evolutive e all'applicazione delle politiche rurali tradizionali.

Costatando in generale un calo di vitalità più o meno accentuato nei territori rurali, nonché l'esistenza di problemi di isolamento, declino demografico e livelli di reddito generalmente inferiori a quelli delle aree urbane, la Comunicazione operava una distinzione **tra tre tipologie di zone** con prospettive di sviluppo diverse:

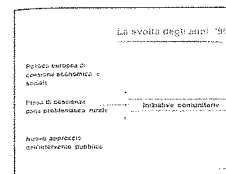
- > le regioni rurali situate in prossimità di grandi agglomerati urbani con forti pressioni nel settore immobiliare e fondiario, dove l'agricoltura è stata nettamente modernizzata a scapito dell'ambiente (inquinamento, degrado dei paesaggi, distruzione delle aree naturali);
- > le regioni in fase di "declino rurale" dove si osserva un continuo esodo, nonché l'invecchiamento della popolazione (e, di conseguenza, il degrado dei servizi) e dove l'agricoltura continua ad incidere in modo sostanziale, nonostante gli svantaggi naturali e strutturali (piccole aziende agricole scarsamente redditizie, abbandono dell'attività agricola);



> le zone particolarmente marginalizzate (come nel caso di numerose zone montane e insulari) in cui il declino rurale e lo spopolamento sono fenomeni ancora più accentuati, dove vi sono ridotte possibilità di diversificazione e dove lo sviluppo di base (infrastrutture) che consente una tale diversificazione si rivela particolarmente oneroso.

"Il futuro del mondo rurale" evidenziava la necessità di **sperimentare nuove impostazioni in materia di sviluppo** e di suscitare la partecipazione delle comunità rurali nell'individuazione di soluzioni adeguate.

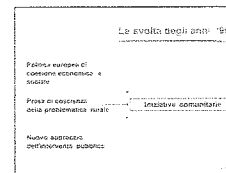
L'avvio delle Iniziative comunitarie nella seconda fase di programmazione dei Fondi strutturali della politica europea di coesione economica e sociale (1991-1994) ha permesso di dare inizio ad una sperimentazione su scala reale. Si tratta della prima generazione di LEADER.



1) La politica europea di coesione economica e sociale

Dal 1988 la Commissione europea attua una politica di coesione economica e sociale cosiddetta "integrata", ossia volta ad utilizzare in modo complementare i "Fondi strutturali" europei rappresentati dal FESR (Fondo europeo di sviluppo regionale), maggiormente incentrato sulle infrastrutture e lo sviluppo economico; dal FSE (Fondo sociale europeo) che promuove politiche attive per la valorizzazione delle risorse umane; dal FEAOG (Fondo europeo agricolo di orientamento e garanzia), imperniato in modo più specifico sull'ammodernamento dell'agricoltura, l'organizzazione dei mercati agricoli e la promozione delle attività rurali.

Questa politica tende a ridurre progressivamente le disparità socioeconomiche tra le regioni d'Europa. I divari e le disparità di sviluppo, infatti, sono particolarmente sostanziali: nel 1997 (dopo dieci anni di applicazione dei Fondi strutturali), i PIL regionali pro capite nell'Unione europea erano ancora compresi tra il 195% della media comunitaria nel Land di Amburgo (Germania) e il 43% in Epiro (Grecia). Questi dati, tuttavia, non evidenziano le disparità all'interno di una stessa regione tra le aree urbane e le zone rurali; queste ultime hanno redditi inferiori alla media delle regioni e degli Stati cui appartengono.



2) Presa di coscienza della problematica rurale

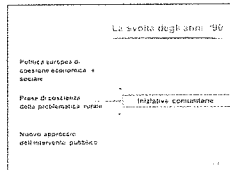
"Il futuro del mondo rurale" è stato pubblicato in un contesto caratterizzato dall'importanza della Politica agricola comune (PAC). Prima politica veramente "europea", prevista sin dal 1957 nel Trattato di Roma innanzi tutto per garantire l'autosufficienza alimentare della Comunità economica europea (CEE), essa ha tuttora un peso determinante ed assorbe il 48% del bilancio dell'Unione. Gli strumenti attuati nell'ambito della PAC hanno permesso, non senza difficoltà, di conseguire i risultati attesi: la produzione agricola è stata incrementata in modo considerevole e consente l'approvvigionamento del mercato europeo, nonché massicce esportazioni. Di conseguenza, i prezzi al consumo sono nettamente diminuiti, garantendo una riduzione della spesa alimentare nel bilancio delle famiglie europee. Questa spettacolare crescita, tuttavia, è dovuta all'uso di metodi agricoli via via più intensivi, non sempre attuati nel rispetto dell'ambiente e concentrati su una parte sempre più ridotta della superficie rurale europea.

La fine degli anni '80 e l'inizio degli anni '90 hanno segnato una fase di rottura: > per quanto riguarda l'agricoltura sono apparse sostanziali eccedenze che hanno portato ad un aumento delle riserve pubbliche e delle spese agricole. D'altro canto si è osservato che le politiche di gestione dei mercati, da sole, non sono in grado di fornire una risposta soddisfacente all'agricoltura europea. È necessario considerare anche la realtà economica e sociale delle aziende agricole e la diversificazione della produzione. Nel

LUCIDO 4 (CONTINUA)

La svolta degli anni '90

LIVELLO I



1992 la PAC opera quindi un riequilibrio delle politiche di mercato e potenzia le misure sociali e ambientali;

- > si prevede inoltre che l'agricoltura fornisca una maggiore occupazione. La necessità di nuovi posti di lavoro correlati al settore agricolo si fa sentire: la trasformazione in loco dei prodotti, l'individuazione di nuove funzioni per l'agricoltura e la creazione di attività in settori non agricoli contribuiscono a questo sforzo;
- > i consumatori tendono ad orientarsi maggiormente verso prodotti differenziati e di alta qualità, a cercare un ambiente e un quadro di vita più protetti e valorizzati;
- > contemporaneamente, la popolazione locale prende coscienza del valore delle risorse, del know-how, del patrimonio e della qualità di vita dei territori rurali. Il miglioramento del quadro di vita, mediante l'introduzione di servizi adeguati, consente inoltre di garantire un reddito a quanti intendono rimanere in queste zone e, in un numero crescente di territori rurali, a quanti hanno intenzione di trasferivisi.

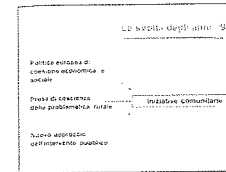
La PAC deve considerare in misura sempre maggiore queste nuove sfide, mentre la diversità dei territori e dei paesaggi, la ricchezza delle identità locali e la qualità di un ambiente naturale tutelato vengono annoverati tra i principali punti di forza di un "modello agricolo e rurale europeo". In tale ottica, l'**Iniziativa LEADER** rappresenta uno strumento privilegiato per sperimentare le nuove opportunità offerte al mondo rurale.

I.11

LUCIDO 4 (CONTINUA)

La svolta degli anni '90

LIVELLO I



4) Le Iniziative comunitarie, strumento di sperimentazione

I "Programmi di Iniziativa comunitaria" sono nati con la riforma dei Fondi strutturali europei (1989-1993).

Le Iniziative comunitarie, che dispongono di un bilancio complessivo per questo primo periodo pari al 10% (5,8 miliardi di ECU) dei Fondi strutturali, al 9% (12,7 miliardi di ECU) per il periodo di programmazione 1994-1999 e al 5,35% (10,4 miliardi di EUR) per il 2000-2006, presentano una triplice caratteristica:

- > vertono su tematiche di interesse comunitario che riguardano la maggior parte degli Stati membri;
- > svolgono una funzione di sperimentazione in quanto sono incentrate su ambiti che richiedono nuove soluzioni;
- > la sperimentazione promossa nel quadro di tali Iniziative implica necessariamente lo scambio di esperienze, il trasferimento di know-how, la cooperazione e la creazione di reti.

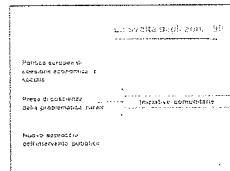
Gradualmente è emerso che lo sviluppo rurale è una tematica fondamentale che richiede sperimentazione e ricerca di soluzioni innovative. Per tale motivo è stata avviata un'Iniziativa specifica: **LEADER** ("Liaisons Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale" - Collegamento tra Azioni di sviluppo dell'Economia rurale).

I.13

LUCIDO 4 (CONTINUA)

La svolta degli anni '90

LIVELLO I



3) Nuovo approccio dell'intervento pubblico a livello locale

Gli anni '80 hanno evidenziato i limiti degli approcci "tradizionali" in materia di sviluppo, approcci fondati su politiche essenzialmente "promosse dall'alto", "discendenti" ("top-down"), nonché su interventi per lo più settoriali, indistinti e volti ad applicare ovunque il modello "urbano" o quello delle zone più dinamiche. Dal secondo Dopoguerra, pertanto, nel mondo rurale ha prevalso uno scenario incentrato sull'ammodernamento e sulla diversificazione dell'agricoltura che ha profondamente marcato questi territori.

Le difficoltà per applicare in modo uniforme questo modello nelle zone rurali più fragili hanno portato all'introduzione di politiche di assistenza che, in sé, non permettevano di individuare soluzioni durature e dovevano essere necessariamente integrate da altre misure. L'approccio "territoriale", che si fonda sul coinvolgimento della popolazione e la valorizzazione delle risorse locali, appare progressivamente come una nuova via per creare attività e occupazione nei territori rurali.

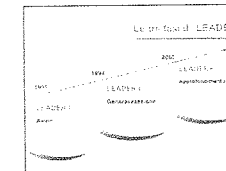
La Comunità europea ha svolto un ruolo trainante nel favorire una presa di coscienza sul valore di questo nuovo approccio attuando molteplici forme di sperimentazione: Iniziative locali per l'Impiego (ILE), politiche di formazione e sviluppo, Programmi integrati mediterranei (PIM) e interventi integrati di sviluppo.

I.12

Lucido 5

Le tre fasi di LEADER

LIVELLO I



Cronologicamente, ma anche sul piano metodologico, LEADER ha attraversato tre fasi: LEADER I **avvia** una nuova impostazione in materia di sviluppo, LEADER II **generalizza** tale impostazione, LEADER+ tende ad **approfondire** il metodo con strategie pilota e temi catalizzatori.

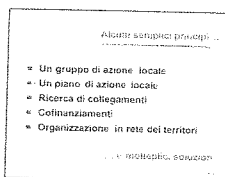
Fase	Periodo	Regioni ammissibili	Numero di territori	Bilancio dell'UE
LEADER I	1991-1994	Regioni dell'Obiettivo 1 Zone dell'Obiettivo 5b	217	417 000 000 €
LEADER II	1994-1999	Regioni dell'Obiettivo 1 Zone dell'Obiettivo 5b Zone dell'Obiettivo 6	più di 1 000	1 755 000 000 €
LEADER+	2000-2006	Tutte le zone rurali	(dati non ancora noti al 31/03/01)	2 020 000 000 €

I.14

LUCIDO 6

Alcuni semplici principi... e molteplici soluzioni

LIVELLO I



Oltre agli obiettivi specifici di ogni fase (LEADER I, LEADER II e LEADER+), l'Iniziativa comunitaria propone un'impostazione in materia di sviluppo rurale basata su **alcuni principi**:

- 1) **organizzazione** - nota come **"gruppo di azione locale" (GAL)** - di una partnership locale che si avvale di una ristretta équipe tecnica permanente, incaricata di definire (con la partecipazione effettiva dei soggetti locali) ed attuare un piano d'azione;
- 2) **elaborazione e messa in opera**, in un determinato numero di territori rurali, di un **"piano d'azione locale"** che definisce varie linee di intervento per azioni di sviluppo;
- 3) **multisetorialità e ricerca sistematica di collegamenti tra le azioni** nel quadro di una strategia globale integrata (da cui l'acronimo L.E.A.D.E.R.: *"Liasons Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale"* - *Collegamento fra azioni di sviluppo dell'economia rurale*);
- 4) **cofinanziamento** di questi piani d'azione ad opera della Commissione europea, degli Stati membri e/o delle Regioni mediante l'erogazione di una dotazione finanziaria globale e non varie linee di bilancio settoriali;
- 5) **organizzazione in rete dei territori** interessati a partire da un "Osservatorio europeo LEADER" ("Osservatorio europeo dei territori rurali" per LEADER+), con sede a Bruxelles e affiancato da Unità nazionali di animazione.

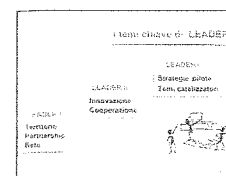
L'organizzazione in rete dei territori può assumere diverse forme, in particolare l'attuazione di azioni di cooperazione transnazionale: oltre la metà dei territori beneficiari di LEADER II hanno partecipato complessivamente a circa 400 progetti.

I.15

LUCIDO 7

I temi chiave di LEADER

LIVELLO I



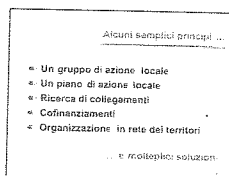
L'impostazione LEADER è considerata oggi una risposta consona alle esigenze delle zone rurali in difficoltà, ma anche di tutti i territori rurali. Per tale motivo la Commissione europea ha espresso la volontà, per il periodo di programmazione 2000-2006, di rendere ammissibili nell'ambito della futura Iniziativa LEADER+ tutte le zone rurali dell'Unione.

I.17

LUCIDO 6 (CONTINUA)

Alcuni semplici principi... e molteplici soluzioni

LIVELLO I



Una volta definiti questi principi generali, gli operatori godono di un ampio margine di manovra per quanto riguarda la definizione del territorio di applicazione (che deve corrispondere ad una certa identità naturale e/o culturale, senza necessariamente conformarsi ai confini amministrativi), la composizione del GAL (che, in linea di massima, deve coinvolgere soggetti pubblici e privati rappresentativi della società locale), l'elaborazione del piano d'azione (che deve obbligatoriamente rientrare in una serie di ambiti ammissibili) e le relative modalità attuative.

Questa flessibilità ha permesso di individuare **molteplici soluzioni**: valorizzazione delle identità territoriali, creazione di strutture di partnership e di gestione locale, elaborazione di adeguati metodi di animazione, definizione dei bandi e selezione dei progetti, ecc.

In tale ambito vengono intraprese attività collettive e multisettoriali, le risorse inutilizzate vengono valorizzate e sono state promosse o consolidate varie forme di organizzazione locale.

Con LEADER taluni territori rurali in difficoltà cominciano a posizionarsi su mercati in piena evoluzione e acquisiscono, o riconquistano, una competitività nel quadro della globalizzazione. Si noti, per inciso, che il numero di posti di lavoro creati nell'ambito di LEADER I è stato valutato a 25 000 unità e che per quanto riguarda LEADER II è stata ipotizzata una stima di 100 000 nuovi impieghi creati.

I.16

LUCIDO 7 (CONTINUA)

I temi chiave di LEADER

LIVELLO I

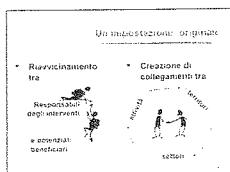
Fase	Temi chiave	Alcuni risultati fondamentali	Alcuni limiti
LEADER I	Territorio Partnership Rete	Sostanziale coinvolgimento sul campo Sperimentazione di un nuovo modello di sviluppo rurale Avvio di un processo per ridare fiducia riguardo al futuro delle zone rurali Diversificazione delle economie rurali	Coinvolgimento talvolta insufficiente delle amministrazioni Collegamento insufficiente tra LEADER e le altre politiche rurali
LEADER II	Innovazione Cooperazione	Diffusione dell'impostazione: 50% dell'Europa rurale coinvolta Forte coinvolgimento delle amministrazioni Sperimentazione della cooperazione transnazionale Migliore integrazione delle attività	Pesantezze nella gestione e eccessiva ripartizione delle risorse in alcuni Paesi Poche cooperazioni tra zone vicine
LEADER+	Strategie pilota Temi catalizzatori	Risultati previsti: > Arricchimento dell'impostazione territoriale > Sviluppo di cooperazioni a geometria variabile > Maggiore competitività dei territori in Europa	?

I.18

LUCIDO 8

Un'impostazione originale

LIVELLO I



1) Riavvicinare responsabili degli interventi e potenziali beneficiari

Generalmente si osserva una certa "distanza" tra i responsabili delle politiche di intervento e i beneficiari di queste (gestione centralizzata e verticale, decisioni adottate "lontano dalla realtà sul campo", ecc.). Tale distanza può limitare l'azione quando l'intervento interessa territori in difficoltà: definizione standardizzata delle esigenze dei territori e dei beneficiari, trattamento dei loro bisogni in base a documenti, senza una conoscenza diretta della situazione "sul campo", tempi molto lunghi per l'adozione delle decisioni, procedure e scadenze di approvazione difficilmente conciliabili con le esigenze dei promotori di progetto, ecc.

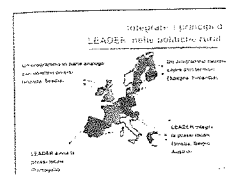
Il programma LEADER si è impegnato a ridurre questa distanza creando un contatto diretto tra i responsabili gestionali e le realtà "sul campo", cercando di ridurre i cicli del processo decisionale, garantendo un accompagnamento personalizzato dei progetti, soprattutto grazie all'azione in loco di équipe di tecnici che svolgono attività di animazione. Anche se in alcune realtà le operazioni non sono state realizzate secondo questo modello ideale, è stato possibile modulare gli interventi in funzione delle caratteristiche e delle condizioni specifiche di ogni territorio. Questi tentativi hanno avuto il merito di mostrare l'utilità e l'interesse dell'approccio.

I.19

LUCIDO 9

Integrare i principi di LEADER nelle politiche rurali

LIVELLO I



L'interesse suscitato dal metodo LEADER ha spinto amministrazioni nazionali, regionali, locali e gli stessi gruppi LEADER a trarne spunto per elaborare o consolidare altri interventi nelle zone rurali. Questi principi sono stati ufficialmente ribaditi e affermati nel corso della conferenza europea sullo sviluppo rurale tenutasi a Cork (Irlanda) nel novembre 1996 (si veda l'allegato III).

Osservando le politiche attuate negli Stati membri si nota che, per il trasferimento e l'integrazione dei principi di LEADER, vengono utilizzati diversi meccanismi:

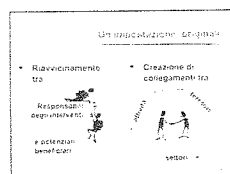
- > alcuni Paesi hanno reputato l'approccio LEADER consono alle proprie esigenze, ma l'Iniziativa non riguardava la totalità delle zone rurali: i responsabili hanno pertanto cercato di coprire altre zone introducendo, con fondi nazionali, un programma complementare analogo a LEADER. Un esempio a tale proposito è rappresentato dai **programmi POMO in Finlandia e dai programmi PRODER attuati in Spagna**.
- > Un altro tipo di trasferimento si osserva soprattutto in Paesi, come il **Portogallo**, che non avevano mai attuato, prima dell'introduzione di LEADER, una vera e propria politica di sviluppo rurale; in questo caso sono state create associazioni di sviluppo locale per gestire il programma LEADER e i principi dell'Iniziativa comunitaria sono stati progressivamente applicati alla gestione di altri programmi.

I.21

LUCIDO 8 (CONTINUA)

Un'impostazione originale

LIVELLO I



2) Creare collegamenti tra operatori, attività, settori e territori

Le politiche "tradizionali" tendevano piuttosto alla segmentazione (settoriale, geografica, per servizi, per categoria di pubblico) degli interventi. Favorendo la concertazione tra amministrazioni, autorità locali, settore privato e mondo associativo all'interno del gruppo di azione locale, LEADER ha tentato di invertire queste tendenze e di favorire l'instaurazione di contatti e collegamenti tra settori di attività, operatori e territori.

Il metodo LEADER si rivela ancora più efficace quando queste forme di **riavvicinamento e collegamento operano nel modo più complementare possibile**.

I.20

LUCIDO 9 (CONTINUA)

Integrare i principi di LEADER nelle politiche rurali

LIVELLO I



> In altri Paesi è stato attuato in parallelo un programma parzialmente analogo a LEADER che si prefiggeva tuttavia obiettivi diversi. Questa situazione si osserva in **Irlanda** con il "Local Development Programme" (Programma di sviluppo locale, maggiormente orientato verso le problematiche sociali) e in **Scozia** con il "Rural Challenge Fund" (Fondo di sviluppo rurale), più incentrato sul sostegno finanziario.

> In **Svezia, Belgio e Austria** erano già in atto politiche di sviluppo rurale che condividevano con LEADER un orientamento analogo; in questo caso LEADER ha arricchito tali politiche, permettendo il rinnovamento e favorendo l'acquisizione di una nuova dimensione.

I.22



I principali orientamenti della politica europea per il periodo 2000-2006 ("Agenda 2000") hanno fatto dello sviluppo rurale il "secondo pilastro" della Politica agricola comune.

La nuova politica di sviluppo rurale, che afferma l'importanza del nesso tra agricoltura e territorio, si prefigge **tre principali obiettivi**:

- > rafforzare i settori agricolo e silvicolo, due ambiti centrali del mondo rurale;
- > migliorare la competitività delle zone rurali, in modo da garantire lavoro e qualità della vita alla popolazione di questi territori;
- > tutelare l'ambiente, il paesaggio e il patrimonio rurale dell'Europa.

A tale fine vengono proposti **quattro principi fondamentali**:

- > la plurifunzionalità dell'agricoltura;
- > un approccio multisettoriale e integrato dell'economia rurale;
- > la flessibilità degli aiuti allo sviluppo rurale;
- > la trasparenza nell'elaborazione e nella gestione dei programmi.

1994		Avvio di LEADER II (1994-1999)	Diffusione dell'impostazione LEADER I: 50% dell'Europa rurale coinvolta Migliore integrazione delle attività
1996		Conferenza e dichiarazione di Cork: Verso una politica integrata in materia di sviluppo rurale (si veda il testo nell'allegato III)	Chiara affermazione politica per una nuova PAC, volta a garantire lo sviluppo integrato dei territori rurali
1999	Agenda 2000: lo sviluppo rurale, secondo pilastro della PAC	Nuovo Regolamento sullo sviluppo rurale	Risultati attesi: progressiva integrazione dello sviluppo rurale nella PAC
2000		Avvio di LEADER+ (2000-2006)	Risultati attesi: arricchimento dell'impostazione territoriale Maggiore competitività dei territori in Europa

Date fondamentali	Politica agricola comune (PAC)	Sviluppo rurale	Principali risultati
1957-62	Elaborazione della PAC		
1962	Entrata in vigore della PAC Creazione del FEAOG (Fondo europeo agricolo di orientamento e garanzia)		
1988		Comunicazione della Commissione "Il futuro del mondo rurale"	Affermazione politica della necessità di una politica europea per le zone rurali
1991		Avvio di LEADER I (1991-1994)	Sperimentazione di un nuovo modello di sviluppo rurale Avvio di un processo per ridare fiducia riguardo al futuro delle zone rurali Diversificazione delle economie rurali
	1992 Riforma della PAC Misure agroambientali		Considerazione delle problematiche ambientali nell'ambito della PAC

CAPITOLO II LEADER, un'impostazione in materia di sviluppo rurale

Schema del capitolo

Lecido 1	LEADER, un'impostazione in materia di sviluppo rurale	
Lecido 2	Le sfide per le zone rurali	Livello I
Lecido 3	I gruppi di operatori e i relativi interessi	Livello I
Lecido 4	Gli apporti specifici di LEADER	Livello I
Lecido 5	Sette aspetti fondamentali	Livello I
Lecido 6	La trilogia dello sviluppo	Livello II
Lecido 7	Le fasi di un programma	Livello II
Lecido 8	La dinamica dell'impostazione	Livello II
Lecido 9	Il valore aggiunto di LEADER	Livello II
Lecido 10	Gli effetti del processo di finanziamento	Livello II
Lecido 11	Indicanti del processo di sviluppo rurale	Livello II
Lecido 12	Prospettive	Livello II

PROPOSTA 11



Attualità

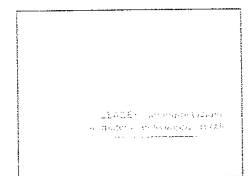
Le iniziative per il 2000 del LEADER Magazine
 Le foto dei servizi sono disponibili nel repertorio di immagini

PAESE	REGIONE O TERRITORIO LEADER	FORNITORE
Germania	Arbeits-Zentral	LEADER MAGAZINE n. 14
Francia	Kommune-Pol	LEADER MAGAZINE n. 23
Spagna	Municipio Pedernales	LEADER MAGAZINE n. 24
Italia	Gruppo LEADER	LEADER MAGAZINE n. 27
Paesi Bassi	Landelijke Organisatie voor Milieu en Natuurbeheer	LEADER MAGAZINE n. 28
Regno Unito	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 30
Portogallo	Associação Nacional de Municípios Rurais	LEADER MAGAZINE n. 32
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 33
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 37
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 38
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 39
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 40
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 41
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 42
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 43
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 44
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 45
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 46
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 47
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 48
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 49
Paesi scandinavi	LEADER	LEADER MAGAZINE n. 50

Modello "azioni innovative"
 1995 - 1997 - 2000 - 2001 - 2004 - 2006

riferimenti

Lecido 1 LEADER, un'impostazione in materia di sviluppo rurale



riferimenti



Documenti LEADER

«Sistema "Innovazione in azione rurale"»
 N. 1. Quadro nazionale di sviluppo rurale della Comunità Economica Europea (LEADER - Facsimile n. 1, da consultare gratuitamente) (1994)

Documenti dell'Observatoire

N. 3. Integrazione gli insegnamenti di LEADER nelle future politiche rurali (1999)

Guide

Guida metodologica per l'analisi dei bisogni locali in materia di innovazione (1996)

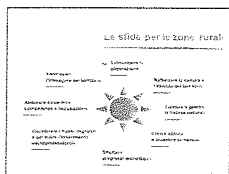
LEADER Magazine

N. 26. Speciale convegno LEADER
 «Per una nuova iniziativa comunitaria per lo sviluppo rurale: 600 leader a confronto» (Inverno 1997-1998)

N. 20. Grande occupazione nelle zone rurali (Primavera 1999)

LUCIDO 2

Le sfide per le zone rurali



In un'ottica di sviluppo sostenibile, l'impostazione LEADER tende a considerare le opportunità e i vincoli interni del territorio rurale dovuti a fattori ambientali, economici, sociali e culturali legati alla storia di ciascuna zona, nonché le opportunità e i vincoli esterni derivanti dall'apertura delle economie locali.

È possibile analizzare la situazione di ogni territorio rispetto a determinate sfide che, per taluni aspetti, possono in parte coincidere:

- > **Coinvolgere la popolazione locale e rafforzare la coesione sociale**
Keski-Häme, Finlandia;
- > **Rafforzare la cultura e l'identità del territorio**
Noordwest Friesland, Paesi Bassi;
- > **Tutelare le risorse naturali e gestire l'ambiente e lo spazio**
Montaña Palentina, Spagna;
- > **Creare attività, migliorare la competitività e accedere ai mercati**
Alto Casertano, Italia;
- > **Sfruttare i progressi tecnologici in tutti i settori (agricoltura, trasporti, ecc.), in particolare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC)**
Pays de Gâtine, Francia;

LIVELLO I



Reportage LEADER Magazine

LM 23

LM 17

LM 21

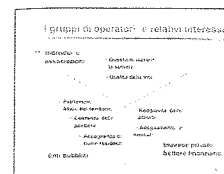
LM 20

LM 19

II.5

LUCIDO 3

I gruppi di operatori e i relativi interessi



L'attuazione di un'impostazione consona alle zone rurali richiede un nuovo approccio in materia di sviluppo locale e, soprattutto, un approccio il più rispondente possibile alle preoccupazioni e alle aspettative degli operatori locali. Promuovendo un approccio integrato e ascendente, nonché il decentramento della gestione delle politiche pubbliche, LEADER spinge a riconoscere le forze attive presenti sul territorio.

Per avviare un'impostazione coerente e partecipativa è necessario passare in rassegna e analizzare la diversità degli operatori esistenti.

Questi operatori e partner potenziali possono essere suddivisi in tre principali categorie:

- > **gli individui o le associazioni di persone**, con preoccupazioni prevalentemente incentrate sulle problematiche relative alla società, l'occupazione e la qualità della vita;
- > **le imprese private e il settore finanziario**, per i quali lo sviluppo e la redditività delle attività commerciali, nonché l'adeguamento ai mercati dell'economia locale rappresentano la fondamentale preoccupazione;
- > **gli enti pubblici** regionali, nazionali ed europei, che incentrano il proprio intervento sulla politica regionale, l'occupazione, il "patrimonio" (ambientale, economico, sociale, culturale) del territorio, l'accoglienza di nuovi residenti, la ricerca di coerenza tra le politiche settoriali e territoriali.



V/5

V/9-12

II.7

LUCIDO 2 (CONTINUA)

Le sfide per le zone rurali



- > **Equilibrare i flussi migratori e garantire l'inserimento socioprofessionale**
Duhallow, Irlanda;
- > **Abbinare know-how, competenze e occupazione**
Anhalt-Zerbst, Germania;
- > **Valorizzare l'immagine e la percezione del territorio**
Skogslandet, Svezia

LIVELLO I

LM 25

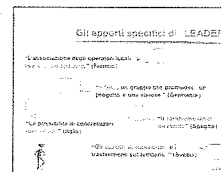
LM 14

LM 21

II.6

LUCIDO 4

Gli apporti specifici di LEADER



Secondo la testimonianza dei gruppi LEADER, i quattro principali apporti dell'Iniziativa comunitaria di sviluppo rurale sarebbero i seguenti:

- > **l'approccio territoriale decentrato, integrato e ascendente (basato sul principio del "bottom-up")** - L'iniziativa LEADER, evidenziando l'interesse di (ri)considerare un territorio nella sua globalità (ossia al di là delle tradizionali ripartizioni tematiche o settoriali), mettendo in relazione i vari settori di attività, avvalendosi di un'impostazione che consente agli operatori locali di esprimersi e di partecipare alla definizione degli orientamenti per il futuro del territorio in base alle loro aspettative e alla loro visione, si rivela uno strumento particolarmente idoneo per favorire la rivitalizzazione sociale ed economica delle zone rurali;
- > **il coinvolgimento della popolazione** - Questo aspetto, inerente all'impostazione LEADER, contribuisce a far sì che la popolazione prenda in mano, collettivamente, il futuro del proprio territorio, superando le attitudini fataliste e le tradizionali divisioni, lottando contro l'esclusione e garantendo un equilibrio tra il know-how, le opportunità e i bisogni di tutte le categorie della popolazione. A termine, LEADER concorre alla definizione o alla ricostituzione di nuove identità territoriali;
- > **l'associazione degli operatori locali a livello di un territorio** - LEADER agevola la creazione di nuove strutture di partnership e di gestione locale. In funzione dei contesti, LEADER facilita lo sviluppo di nuove forme di organizzazione collettiva, di organizzazione delle conoscenze e di riorganizzazione politica. LEADER privilegia la prossimità e porta ad una maggiore "governance" locale;



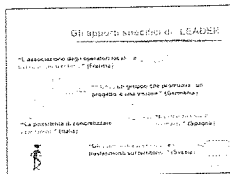
LEADER Magazine 16, pp 10-11

II.8

LUCIDO 4 (CONTINUA)

Gli apporti specifici di LEADER

LIVELLO I



> la possibilità di concretizzare idee latenti - Le procedure di selezione dei progetti sperimentate nell'ambito di LEADER hanno permesso a promotori di progetto potenziali, ma sovente ignorati, di far conoscere le proprie idee, di farle evolvere collettivamente e di accedere a forme di sostegno per attuarle. LEADER incarna la capacità di prendere in considerazione azioni di modesta portata e di sostenere progetti "a rischio" che gli intermediari amministrativi, tecnici e finanziari "tradizionali" tendono a non considerare.

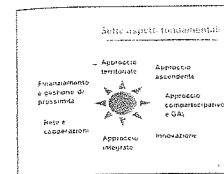
- In funzione dei Paesi, inoltre, si possono individuare alcune nette caratteristiche:
- > in Spagna, l'accento viene posto sul cambiamento di mentalità;
 - > in Francia, l'associazione degli operatori locali, in funzione di un dato territorio, rappresenta un obiettivo di rilievo;
 - > in Svezia viene sovente privilegiata l'apertura verso altri territori rurali e il trasferimento di esperienze;
 - > in Italia, LEADER consente di concretizzare idee latenti;
 - > in Germania, l'accento viene posto sul ruolo del GAL.

II.9

LUCIDO 5 (CONTINUA)

Sette aspetti fondamentali

LIVELLO I



L'impostazione LEADER: disponendo di un'équipe tecnica, di un potere decisionale e di un bilancio relativamente cospicuo, esso rappresenta di norma un nuovo modello di organizzazione che può influenzare considerevolmente l'equilibrio istituzionale e politico del territorio interessato.

- > L'innovazione - Sebbene l'ideazione e l'attuazione sul campo dell'Iniziativa LEADER costituiscano già un'innovazione in sé, LEADER insiste sul carattere innovativo delle azioni. Può trattarsi di azioni che tendono a nuove forme di valorizzazione delle risorse locali, di azioni interessanti per lo sviluppo locale che non sono state considerate in precedenza dalle altre politiche di sviluppo, di azioni che forniscono nuove risposte alle lacune e ai problemi delle zone rurali o della creazione di un nuovo prodotto, un nuovo processo, una nuova forma di organizzazione o un nuovo mercato. L'innovazione è data inoltre dal carattere dimostrativo del programma e dalla sua organizzazione in rete: diffondere l'informazione presso altri gruppi di operatori che intendono trarre spunto dai risultati conseguiti altrove o realizzare progetti in comune.
- > L'approccio integrato - Le azioni e i progetti previsti nei piani d'azione locali sono correlati e coordinati in un insieme coerente. Tale integrazione può riguardare azioni realizzate in uno stesso settore, tutte le azioni del programma o gruppi di azioni specifiche nonché, e soprattutto, i collegamenti tra diversi operatori e settori (economici, sociali, culturali, ambientali) pertinenti del territorio.

VI

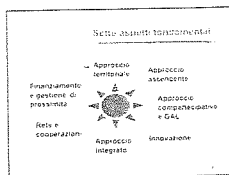
VII

II.11

LUCIDO 5

Sette aspetti fondamentali

LIVELLO I



L'impostazione LEADER può essere analizzata in base a sette aspetti fondamentali:

- > L'approccio territoriale - Consiste nel definire una politica di sviluppo in base alle realtà, ai punti di forza e alle carenze specifici di una zona. Nell'ambito di LEADER questa zona è un'unità territoriale rurale relativamente omogenea, caratterizzata da una forma di coesione sociale interna, una storia e tradizioni comuni, un sentimento di identità condiviso, ecc. La ragione d'essere dell'approccio territoriale è legata ad una maggiore consapevolezza del ruolo delle risorse endogene nella promozione di uno sviluppo sostenibile, realizzato da e per le forze attive locali.
- > L'approccio ascendente (o approccio dal basso) - Mira a promuovere un processo decisionale partecipativo a livello locale per tutti gli aspetti inerenti le politiche di sviluppo. Si tende a suscitare la partecipazione degli operatori locali: la popolazione nel suo complesso, i gruppi di interesse economici e sociali, le istituzioni pubbliche e private rappresentative. L'approccio ascendente si fonda su due attività principali (animazione e formazione della popolazione) e interviene in varie fasi del programma.
- > L'approccio compartecipativo (basato sulla partnership) e il "gruppo di azione locale" (GAL) - Quest'ultimo è un insieme di operatori pubblici e privati, associati nell'ambito di una partnership, che definisce una strategia comune e un piano d'azione locale per lo sviluppo del territorio LEADER. Il GAL rappresenta uno degli elementi più originali e strategici del-

III

IV

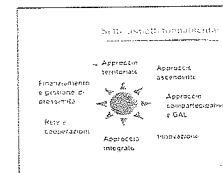
V

II.10

LUCIDO 5 (CONTINUA)

Sette aspetti fondamentali

LIVELLO I



- > La creazione di una rete e la cooperazione tra territori - La rete LEADER, agevolando lo scambio e la circolazione di informazioni sulle politiche di sviluppo rurale, nonché la diffusione e il trasferimento di innovazioni, tende a spezzare l'isolamento dei GAL e a creare una base di informazione e di analisi sulle azioni. Per integrare l'organizzazione in rete prevista a livello europeo e nazionale, alcuni GAL si sono spontaneamente organizzati in reti informali. La cooperazione tra territori può essere transnazionale, ma può essere avviata anche tra zone vicine.

VIII

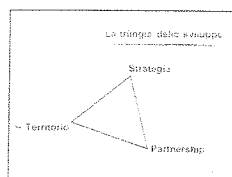
- > Il finanziamento e la gestione di prossimità - La delega al GAL di una parte sostanziale del processo decisionale in materia di finanziamento e di gestione costituisce un altro elemento chiave dell'impostazione LEADER. Tuttavia, il grado di autonomia dei GAL varia in misura considerevole in funzione delle modalità organizzative e delle realtà istituzionali presenti nei vari Stati membri.

IX

II.12

LUCIDO 6

La trilogia dello sviluppo



Il **territorio**, caratterizzato dal suo "capitale territoriale" costituito da otto componenti, rappresenta la pietra angolare dell'approccio LEADER.

Il "capitale territoriale" chiama in causa tutti gli elementi che formano la ricchezza di un territorio (popolazione, attività, paesaggi, patrimonio, know-how), non per stilare un inventario contabile, ma per ricercare ed individuare specificità che possono essere valorizzate.

L'analisi di queste specificità e gli elementi evidenziati nel corso dell'analisi territoriale porteranno all'elaborazione di **strategie** diversificate, specifiche per ogni territorio. In base a questi elementi specifici è possibile creare temi catalizzatori.

Per la sua prossimità al territorio e la rappresentatività che può garantire grazie alle sue diverse componenti, la **partnership** locale (il **gruppo di azione locale LEADER**) è preposta all'applicazione di questa strategia.

Sebbene ogni zona necessiti di una strategia propria, si possono distinguere vari orientamenti strategici possibili in funzione di cinque tipologie di territorio:

LIVELLO II



III/4-5

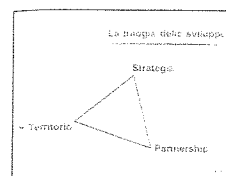
III/9-10

V/5

II.13

LUCIDO 6 (CONTINUA)

La trilogia dello sviluppo



Tipo n. 4: territori caratterizzati da squilibri sul piano sociale o a livello geografico, per quanto riguarda la ripartizione delle imprese, e dalla mancanza di interventi differenziati.

Strategie mirate: strategie per riequilibrare l'accesso alle opportunità esistenti. È necessario decidere quali promotori di progetto sostenere: i più intraprendenti o, al contrario, quelli che non possono costruire o difendere un progetto a causa della loro condizione.

Tipo n. 5: territori penalizzati da un forte esodo rurale o dall'isolamento, dove si registra una netta tendenza ad abbandonare l'attività agricola e/o a chiudere le imprese ancora esistenti (che, nella maggior parte dei casi, sono gestite da imprenditori anziani). Il territorio si svuota ed è indispensabile trovare nuove risorse e nuove attività per introdurre processi che consentano di rilanciare il territorio.

Strategie mirate: strategie "di spinta" (sostegno ai rari operatori innovativi esistenti) e/o strategia "di dinamizzazione diffusa" (vaste azioni di animazione territoriale finalizzate a promuovere idee e/o progetti innovativi, sia individuali che collettivi). Strategie per attrarre e accogliere nuovi residenti nei territori caratterizzati da una scarsa densità demografica.

LIVELLO II

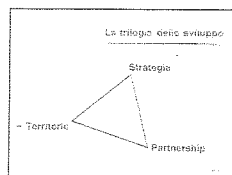
E10

S26

II.15

LUCIDO 6 (CONTINUA)

La trilogia dello sviluppo



Tipo n. 1: territori in cui sono presenti numerosi promotori di progetto e vi è un'intensa collaborazione in materia di produzione, promozione, ricerca di informazioni.

Strategie mirate: strategie per la ricerca di complementarità (accento posto sull'integrazione degli operatori e dei settori); strategie per azioni "periferiche" volte a consolidare il dinamismo esistente.

Tipo n. 2: territori dove esistono numerosi promotori di progetto che operano tuttavia in modo isolato, senza collegamenti con il territorio e senza forme di collaborazione.

Strategie mirate: strategie di integrazione, volte a creare contatti tra i vari elementi isolati presenti nella zona - sostegno ad un tema catalizzatore trasversale che aiuta a superare le reticenze verso l'azione collettiva.

Tipo n. 3: territori con pochi promotori di progetto isolati, dove è tuttavia possibile recuperare una filiera, un'attività, un elemento del patrimonio storico o naturale per avviare una strategia volta a dinamizzare il territorio.

Strategie mirate: strategie per il recupero e la valorizzazione delle risorse trascurate (la più frequente delle strategie LEADER).

LIVELLO II



P17

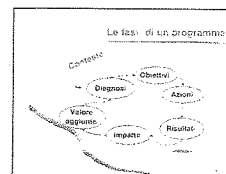
M25

E24

II.14

LUCIDO 7

Le fasi di un programma



Per quanto riguarda l'attuazione del programma propriamente detta, l'impostazione LEADER prevede un processo articolato in varie fasi:

- > realizzazione di una **diagnosi** territoriale che impegna i vari operatori locali verso una visione del territorio a medio e lungo termine;
- > individuazione strutturata e formale degli **obiettivi**, definizione delle linee di intervento strategiche e classificazione per ordine di importanza delle azioni da intraprendere;
- > attuazione delle **azioni** sul campo e previsione, da parte del GAL, della costituzione di un dispositivo di sostegno e di accompagnamento per i promotori di progetto;
- > produzione di **risultati** diretti;
- > valutazione quantitativa e qualitativa dell'**impatto** del progetto locale;
- > analisi del **valore aggiunto** di LEADER a livello locale (che può manifestarsi, ad esempio, con il consolidamento di una dinamica locale e/o l'aumento di una capacità globale di intraprendere).

L'analisi dell'**impatto** e del **valore aggiunto** viene successivamente utilizzata per una nuova **diagnosi**, strumento di riferimento della strategia territoriale.

LIVELLO II



III/6-9

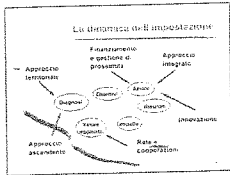
III/6-7

II.16

LUCIDO 8

La dinamica dell'impostazione

LIVELLO II



Vari esempi permettono di mostrare come le fasi del programma (lucido 7) si articolano con l'impostazione LEADER (lucido 5).

La dinamica dell'impostazione dipende da questa articolazione:

- > **L'approccio territoriale** consente di avviare il processo (diagnosi) basandosi sulle risorse e i bisogni specifici dei singoli territori e permettendo alla popolazione locale di esprimersi;
- > **L'approccio ascendente** consente di coinvolgere, in modo partecipativo, gli operatori locali, considerando al contempo le realtà proprie di ogni territorio. Esso suscita una nuova percezione dei punti di forza, delle lacune, delle minacce e delle opportunità della zona. Questa nuova percezione influenzerà, per l'intero programma, la definizione degli obiettivi, la realizzazione delle azioni, i risultati e l'impatto esercitato sul territorio;
- > **L'approccio integrato e multisettoriale** e il carattere innovativo delle azioni esercitano un'influenza sulle modalità attuative di queste. Questo tipo di approccio influisce inoltre sui risultati e sull'impatto di tali azioni;
- > le modalità di **finanziamento e la gestione di prossimità** influiscono sulla flessibilità del programma per l'intera fase attuativa e, in molti casi, sulla natura dei progetti che potranno essere finanziati (ad esempio, modalità di pagamento inadeguate possono scoraggiare i promotori di progetto più vulnerabili e, talvolta, i più innovativi);

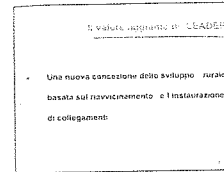


II.17

LUCIDO 9

Il valore aggiunto di LEADER

LIVELLO I



- LEADER si fonda su una nuova concezione dello sviluppo rurale basata su:
- > il **"riavvicinamento"** tra operatori, attività e componenti del territorio - questi processi di riavvicinamento, attinenti alla filosofia generale e alla concezione dell'impostazione, sono agevolati dall'attuazione dell'approccio ascendente, integrato e territoriale;
 - > l'**instaurazione di "collegamenti"** tra operatori, attività e territorio - questo processo si concretizza con l'organizzazione e la gestione di una partnership locale, "orizzontale", che integra le strutture già esistenti, attraverso la definizione di modalità di finanziamento e di gestione decentrate, nonché con l'organizzazione in rete e l'attuazione di cooperazioni (di prossimità o transnazionali) tra territori.

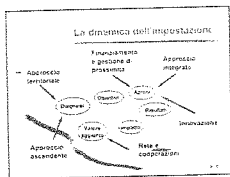
Questi due principali orientamenti dell'impostazione LEADER si riscontrano nelle varie fasi di attuazione degli interventi in materia di sviluppo. Nel presente documento ci si limiterà a sintetizzarli in 2 schemi (lucidi seguenti).

II.19

LUCIDO 8 (CONTINUA)

La dinamica dell'impostazione

LIVELLO II



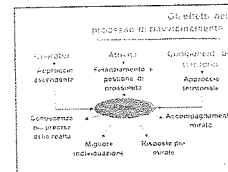
- > la **rete LEADER e la cooperazione** intensificano gli scambi tra il livello locale e il mondo esterno (circolazione dell'informazione e delle conoscenze, sviluppo di progetti comuni) e contribuiscono al valore aggiunto del programma.

II.18

LUCIDO 10

Gli effetti del processo di riavvicinamento

LIVELLO II



All'inizio della presentazione sono state evocate le caratteristiche dei metodi di sviluppo "tradizionali". In particolare è stata evidenziata la distanza che sovente esiste tra i responsabili delle politiche di intervento e i beneficiari di queste (gestione centralizzata e verticale, decisioni adottate "lontano dalla realtà sul campo", ecc.) che può limitare l'azione quando l'intervento interessa territori in difficoltà: definizione standardizzata delle esigenze del territorio e dei promotori di progetto, trattamento dei bisogni in base a documenti ed in modo uniforme, talvolta tempi molto lunghi per l'adozione delle decisioni e i meccanismi di approvazione, difficilmente conciliabili con le scadenze dei promotori di progetto, ecc.

Il programma LEADER tende ad introdurre un nuovo approccio creando un contatto diretto tra i responsabili decisionali e gestionali e le realtà sul campo, cercando di ridurre i cicli del processo decisionale, garantendo un accompagnamento personalizzato dei progetti, ecc., soprattutto grazie alla presenza in loco di équipe di tecnici che assicurano direttamente le attività di animazione sul campo. In questo modo è possibile modulare gli interventi in funzione delle caratteristiche e delle condizioni specifiche di ogni territorio.



II.20

LUCIDO 10 (CONTINUA)

Gli effetti del processo di riavvicinamento

LIVELLO II

Il riavvicinamento consente:	agli operatori (approccio ascendente)	alle attività (modalità di finanziamento e di gestione)	ai territori (approccio territoriale)
Una conoscenza più vicina, più precisa e più corretta della realtà	Una conoscenza diretta della popolazione	Una conoscenza attiva della storia dei progetti	Una conoscenza in presa diretta del territorio rurale nella sua complessità
Una migliore individuazione	Individuazione diretta: > dei promotori di progetto e del know-how locale > del pubblico in difficoltà	Individuazione delle idee e dei progetti	Individuazione degli squilibri, dei punti di forza/risorse del territorio
Risposte più mirate	Ricorso a forme di sostegno mirate in funzione dei bisogni della popolazione locale	Introduzione di processi più pertinenti per la selezione dei progetti	Creazione di un progetto territoriale basato su una percezione globale delle risorse
Un accompagnamento mirato	Comunicazione diretta e contatti periodici	Accompagnamento dei progetti finanziati con contatti diretti e non con un semplice follow-up documentale	Valutazione continua e progressivo adeguamento degli interventi

II.21

LUCIDO 11 (CONTINUA)

Gli effetti del processo di collegamento

LIVELLO II

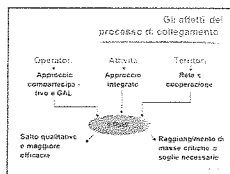
L'instaurazione di collegamenti tra:	Operatori (partnership locale)	Attività (integrazione)	Territorio (rete e cooperazione tra territori)
permette di:			
fare un salto qualitativo e migliorare l'efficienza associando forme diverse e complementari	Coinvolgimento di strumenti diversi e complementari del settore pubblico, del settore privato e del mondo associativo. Integrazione di beneficiari isolati nell'ambito di processi collettivi	Creazione di nuovi prodotti mediante una valorizzazione delle specificità del territorio associando operatori e attività isolate.	Scambi, trasferimento di esperienze e di know-how tra territori
raggiungere le masse critiche o le soglie necessarie	Raggruppamento degli operatori locali intorno a progetti collettivi e azioni comuni	Collaborazione tra imprese per raggiungere mercati più redditizi	Cooperazione tra territori per arricchire i progetti locali o realizzare progetti che richiedono un livello di intervento più ampio

II.23

LUCIDO 11

Gli effetti del processo di collegamento

LIVELLO II



In contrapposizione all'approccio settoriale, geografico, per servizi, per categoria di pubblico ecc. indotto dalle tradizionali politiche pubbliche in materia di sviluppo rurale, LEADER agevola i contatti locali tra operatori e settori di attività che operano sovente in modo isolato, nonché i collegamenti tra territori.

L'impostazione locale sarà ancora più efficace se queste forme di **riavvicinamento** e di **collegamento** opereranno nel modo più complementare possibile. L'innovazione dipende anche dal fatto di avere potuto abbinare o integrare "approccio territoriale", "impostazione partecipativa", "gestione basata sulla partnership", "multisetorialità", "organizzazione in rete", "idonee modalità di finanziamento e gestione".



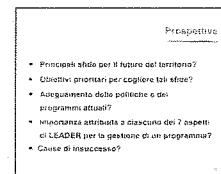
VI/6-7

II.22

LUCIDO 12

Prospettive

LIVELLO II



> In base alle caratteristiche del territorio, quali sono le **principali sfide** per il futuro della zona?

> Come e da chi vengono espresse?

> **Per cogliere queste sfide è innanzi tutto necessario:**

1. Rafforzare la coesione interna del territorio?
2. Utilizzare meglio le risorse locali?
3. Migliorare il funzionamento della partnership locale?
4. Diversificare e integrare le azioni di sviluppo?
5. Migliorare le competenze in materia di sviluppo?
6. Ricercare effetti economici (occupazione, attività)?
7. Ricercare effetti per una mobilitazione sociale?
8. Rafforzare l'identità e l'immagine locale?
9. Introdurre innovazioni?
10. Rafforzare gli scambi con l'esterno e ampliare l'apertura sul contesto globale?
11. Migliorare la complementarità con altre azioni e/o programmi di sviluppo rurale?

> Le **politiche e i programmi di sviluppo sinora attuati** sono adatti a queste sfide?

> Quale **importanza attribuite a ciascuno dei sette aspetti fondamentali** per il successo di un programma LEADER? In base ai singoli elementi, siete in grado di determinare i **fattori di successo** o le cause di fallimento?

II.24

CAPITOLO III L'approccio territoriale

schema del capitolo

Lucido 1	L'approccio territoriale	Livello I
Lucido 2	Il territorio LEADER: criteri	Livello I
Lucido 3	Il concetto di approccio territoriale	Livello II
Lucido 4	Identificare il profilo del territorio	Livello I
Lucido 5	Il capitale territoriale	Livello II
Lucido 6	La diagnosi iniziale	Livello II
Lucido 7	Le diagnosi intermedie	Livello II
Lucido 8	Il profilo territoriale, uno strumento di animazione	Livello II
Lucido 9	Dalla diagnosi alla strategia	Livello II
Lucido 10	Elaborare una strategia: principi	Livello I
Lucido 11	Sicilliana una dinamica collettiva intorno al "territorio-progetto"	Livello II
Lucido 12	Esempi di linee di intervento strategiche	Livello II
Lucido 13	Prospettive	Livello II

CAPITOLO III

referimenti



Dossier LEADER I

Dossier tecnici

L'attuazione del progetto di sviluppo locale: l'esperienza di LEADER I (1995)



Esempi

Schede "azioni innovative"

EU1 - EU3

MB2 - MB5 - PM4 - M10 - M25 - M26 - M27 - M28 - M30 - M38 - M39 - M47

PD3 - PD4 - P17 - P22 - P23 - P37 - P52 - P53

S26 - S32

T01 - T05 - T09

CAPITOLO III

referimenti



Comunicazione della Commissione europea agli Stati membri

Comunicazione del 14 aprile 2000 recante gli orientamenti per l'iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale (LEADER+) Rif. 2000/C139/05

Dossier LEADER II

Collana "Innovazione in ambito rurale"

N. 4: La valutazione del valore aggiunto nell'approccio LEADER (1999)

N. 6: Costruire una strategia di sviluppo territoriale alla luce dell'esperienza LEADER - Fascicolo n. 5: La competitività dei territori rurali nel contesto globale

Guide

Guida metodologica per l'analisi dei bisogni locali in materia di innovazione (1996)

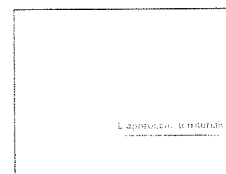
LEADER Magazine

N. 24: Temi catalizzatori, sviluppo territoriale integrato (Autunno 2000)

LUCIDO 1

L'approccio territoriale

LIVELLO I



Si tratta di uno dei punti fondamentali dell'impostazione LEADER. Contrariamente all'approccio settoriale, l'intervento si incentra sul **territorio**, che viene considerato un **insieme** socioeconomico composto da uomini e donne, risorse, know-how, ecc.

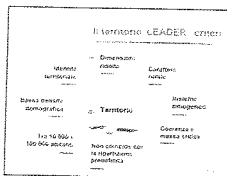
L'approccio territoriale fornisce una visione nuova e **"globale"** della zona di intervento, offrendo così delle basi per definire un **piano d'azione locale** mirato in funzione della situazione del territorio.

Una volta definito il **"territorio-progetto"**, sarà opportuno stabilirne il **profilo** valutando il suo **"capitale"** e realizzando una **diagnosi**. Così facendo si potrà allora determinare una **strategia di sviluppo** adeguata.

LUCIDO 2

Il territorio LEADER: criteri

LIVELLO I



Nel testo della Comunicazione della Commissione europea agli Stati membri del 14 aprile 2000 recante gli orientamenti per l'Iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale LEADER+, il concetto di territorio viene definito nel modo seguente:

"L'Iniziativa LEADER+ riguarda territori rurali di **dimensioni ridotte** che costituiscano un **insieme omogeneo** dal punto di vista fisico (geografico), economico e sociale.

I territori selezionati devono in ogni caso caratterizzarsi per **coerenza** e per una **massa critica**, in termini di risorse umane, finanziarie ed economiche, sufficiente a sostenere una percorribile strategia di sviluppo.

L'applicazione dei summenzionati criteri potrebbe determinare una delimitazione che **non coincide con la ripartizione amministrativa nazionale o con la suddivisione in zone decisa** ai fini degli interventi a titolo degli Obiettivi 1 e 2 dei Fondi strutturali.

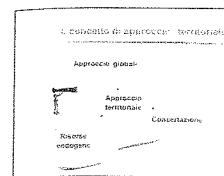
A garanzia del carattere locale e rurale, il territorio non dovrebbe di norma avere più di 100 000 abitanti nelle zone a maggiore densità (dell'ordine di 120 abitanti/km²), senza di norma scendere al di sotto dei 10 000 abitanti. Per le zone ad elevata e a bassa densità di popolazione, come ad esempio talune zone del nord dell'Europa, vi possono essere deroghe a tali criteri in casi debitamente giustificati.

III.5

LUCIDO 3

Il concetto di approccio territoriale

LIVELLO II



L'approccio "territoriale" consente agli operatori locali di definire una politica di sviluppo in base alle realtà, ai vantaggi (punti di forza), ai limiti (carenze), ai bisogni e alle opportunità di una determinata zona.

Esso si fonda su un'impostazione globale e concertata del territorio e sulla ricerca di soluzioni per integrare le risorse locali (endogene).

1. L'approccio globale

Definito in contrapposizione all'approccio settoriale, l'approccio globale implica la necessità di considerare la realtà del territorio nelle sue diverse componenti: ambientali, economiche, sociali, culturali, politiche, ecc. Questo approccio intende esplorare tutte le risorse esistenti e potenziali del territorio. Ad esempio, prenderà in considerazione categorie della popolazione generalmente escluse o tenderà a reintegrare know-how empirici tradizionali, ecc.



VII/3-4



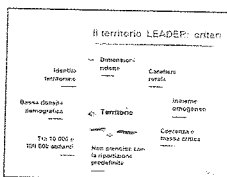
M18, M38, P22

III.7

LUCIDO 2 (CONTINUA)

Il territorio LEADER: criteri

LIVELLO I



Verranno comunque scartate suddivisioni territoriali artificiali che compromettano l'enunciato criterio di coerenza."

Per completare questo quadro, in riferimento alla strategia di sviluppo che i gruppi di azione locale devono elaborare nell'ambito del loro piano di sviluppo basandosi su un tema catalizzatore, nel lucido n. 2 è stato introdotto l'aspetto "identità territoriale".

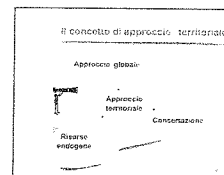
Il concetto di "territorio", che non è universale né immutabile, deriva innanzi tutto da una rappresentazione mentale collettiva che integra le dimensioni geografiche, economiche, sociali, culturali, politiche, ecc. Il territorio è il risultato di un passato, l'espressione di un presente e porta con sé le condizioni del proprio futuro. L'identità del territorio viene veicolata dai suoi abitanti (sentimento di appartenenza) e dagli scambi con il "mondo esterno" che, a loro volta, rispecchiano una certa immagine della zona.

III.6

LUCIDO 3 (CONTINUA)

Il concetto di approccio territoriale

LIVELLO II



2. La concertazione (partnership locale e approccio ascendente)

L'approccio territoriale spinge gli operatori pubblici e privati, organizzati nell'ambito di una partnership locale, a ideare un programma di sviluppo per il proprio territorio, definito di concerto con la popolazione e negoziato globalmente con i poteri pubblici, regionali o nazionali, competenti sul territorio.

Progressivamente prende forma una visione globale del territorio, condivisa dagli operatori locali. L'organizzazione di una partnership locale rappresentativa delle "forze attive", dei poteri pubblici e delle forme collettive di organizzazione è un fattore di successo essenziale.

L'approccio territoriale propone inoltre un nuovo concetto del rapporto della popolazione rispetto al progetto di sviluppo favorendo il coinvolgimento, la consultazione e la concertazione. Per promuovere questa adesione della popolazione vengono applicati, a livello locale, metodi che scaturiscono dalla "democrazia partecipativa" e dall'approccio "ascendente". Questi utilizzano in larga misura l'animazione sul campo, la circolazione dell'informazione, la creazione di momenti di scambio, la formazione, la ricerca "a tappeto" e l'emergere dei progetti, ecc.



V/3,9

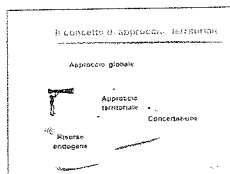


M02, M06, M26, M28, M39

III.8

LUCIDO 3 (CONTINUA)

Il concetto di approccio territoriale



3. L'integrazione delle risorse locali (endogene)

La scelta dell'approccio territoriale è legata all'importanza delle **risorse locali ("endogene")** per il raggiungimento di uno sviluppo sostenibile. Queste **risorse endogene** possono essere fisiche, ambientali, culturali, umane, economiche e finanziarie, nonché istituzionali e amministrative. Si noti che le risorse "straordinarie" non sono le uniche a poter essere valorizzate, tutt'altro: nella maggior parte dei casi, infatti, può essere opportuno riscoprire un patrimonio territoriale "ordinario" o un patrimonio considerato "banale". È il caso, in particolare, di antichi know-how (il ricamo in Portogallo, la preparazione di ricette tradizionali in Grecia e in Italia, ecc.) che, una volta reinrodotti e professionalizzati, creano nuove attività e valore aggiunto.

Questo approccio si ricollega alla definizione dello **sviluppo sostenibile**.

LIVELLO II



VII/2-3



E10, P04, P23



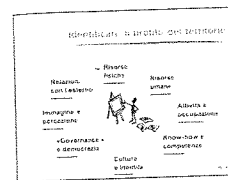
VII/9

III.9

LUCIDO 4 (CONTINUA)

Identificare il profilo del territorio

LIVELLO I



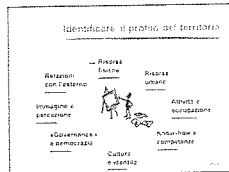
5. La **cultura e l'identità** del territorio (i valori generalmente condivisi dai soggetti che intervengono sul territorio, i loro interessi, il tipo di mentalità, le loro attitudini, le forme di riconoscimento, i loro usi e costumi, ecc.).
6. Il livello di **"governance"** (le istituzioni e le amministrazioni locali, le regole del gioco politico, gli operatori collettivi, i rapporti tra questi soggetti, il grado di autonomia nella gestione dello sviluppo, incluse le risorse finanziarie) e di **democrazia** (le forme di consultazione e di partecipazione).
7. L'**immagine e la percezione** del territorio (sia tra gli stessi abitanti, sia all'esterno), la comunicazione sul territorio.
8. Le **relazioni con l'esterno** (in particolare il posizionamento del territorio sui diversi mercati, i contatti con altre zone, le reti di scambio, ecc.).

III.11

LUCIDO 4

Identificare il profilo del territorio

LIVELLO I



Affinando queste tre dimensioni è possibile **identificare il profilo del territorio** in base a **otto componenti**, che ciascuno può approfondire in funzione della propria situazione o delle specifiche aspettative:

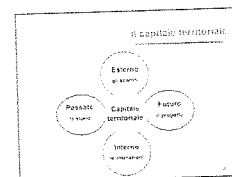
1. Le **risorse fisiche** e la loro gestione (in particolare le risorse naturali, gli impianti e le infrastrutture, il patrimonio storico e architettonico, ecc.).
2. Le **risorse umane** (uomini e donne che risiedono nel territorio, coloro che vi si trasferiscono e coloro che lo abbandonano; le caratteristiche demografiche e la strutturazione sociale della popolazione).
3. Le **attività** (le **imprese** e il relativo settore, il loro peso all'interno del settore, le dimensioni, la concentrazione geografica, ecc.) e l'**occupazione** (struttura, stabilità, statuto, ecc.).
4. Il **know-how e le competenze** (impliciti ed espliciti, la padronanza delle tecnologie, le capacità nel campo della ricerca e sviluppo, ecc.).

III.10

LUCIDO 5

Il capitale territoriale

LIVELLO II



Il complesso degli elementi materiali e immateriali

Il concetto di "capitale territoriale" non è una nozione statica, bensì dinamica. Il capitale territoriale è la risultante di queste otto componenti e rappresenta il complesso degli elementi a disposizione del territorio sul piano materiale e immateriale. Essi possono costituire punti di forza o limiti a seconda degli aspetti considerati.

Il capitale territoriale corrisponde agli elementi che costituiscono la ricchezza del territorio (persone, attività, paesaggi, patrimonio, know-how, ecc.), non per stilare un inventario "contabile", ma per ricercare ed individuare specificità che possono essere valorizzate.

Un insieme complesso, che rientra in una logica spazio-temporale

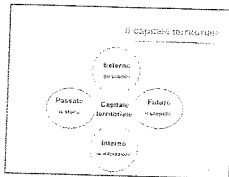
Il territorio è un'entità **dinamica**, dalle molteplici sfaccettature, che si evolve nel tempo. Ogni territorio, infatti, è il risultato di un **legame tra passato, presente e futuro**. Lungi dall'essere ineluttabilmente condizionato dal suo passato, esso si arricchisce attingendo da quest'ultimo, confrontando il suo stato attuale con quanto avviene altrove, analizzando le esperienze positive e gli insuccessi, proiettandosi nel futuro in funzione di un'analisi e di una volontà condivisa dagli operatori locali.

III.12

LUCIDO 5 (CONTINUA)

Il capitale territoriale

LIVELLO II



Il capitale territoriale può pertanto essere raffigurato come una sfera posta nel punto di intersezione di due assi (un asse passato-futuro e un asse interno-esterno).

Questa sfera è in continua evoluzione, si arricchisce, si definisce in modo sempre più preciso grazie ad elementi attinti dal passato (la storia), dal futuro (il progetto), dalle componenti interne del territorio (interazioni tra i vari soggetti, istituzioni, reti locali) e dalle sue relazioni con il mondo esterno (scambi con i mercati, le istituzioni e le reti esterne).

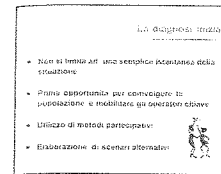
Tra le piste metodologiche che consentono di analizzare il capitale territoriale e passare così all'elaborazione di un progetto di territorio, la **diagnosi iniziale** e le **diagnosi intermedie** rappresentano tappe imprescindibili.

III.13

LUCIDO 6 (CONTINUA)

La diagnosi iniziale

LIVELLO II



Sfruttare metodi partecipativi = un punto di forza

Il ricorso a metodi partecipativi (animazione, informazione, formazione, ricerca "a tappeto" dei potenziali progetti, ecc.), sin dall'elaborazione della diagnosi, favorirà un sentimento di appropriazione dell'impostazione di sviluppo e, successivamente, l'ottenimento di un consenso sugli interventi da attuare.

Elaborare scenari alternativi

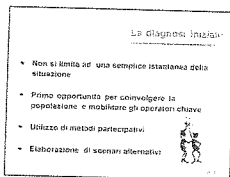
Analizzando i nessi esistenti tra i settori di attività, gli operatori e le zone, la diagnosi spinge i soggetti locali a scoprire svariate piste, sovente inaspettate, per rilanciare il loro territorio. L'analisi di scenari alternativi fornisce indicazioni sui rischi e le opportunità a lungo termine, evidenziando vari percorsi possibili. In questa fase dell'impostazione è essenziale la partecipazione dei rappresentanti di numerosi interessi locali.

III.15

LUCIDO 6

La diagnosi iniziale

LIVELLO II



L'elaborazione di un'efficace "diagnosi" territoriale è una delle principali condizioni per garantire il successo dell'impostazione in materia di sviluppo rurale.

Più di una semplice istantanea

La diagnosi non si limita ad una semplice istantanea della situazione, ma considera i punti di forza e le lacune del territorio, nonché le linee di intervento in grado di avviare o consolidare una dinamica locale di sviluppo. Questo processo evidenzia i progressi e le difficoltà - attuali o futuri - individuando i fattori sui quali è possibile intervenire ed i comportamenti che agevolano l'attuazione di un progetto.

La diagnosi rappresenta sovente la prima opportunità per coinvolgere la popolazione e mobilitare i soggetti chiave

La realizzazione della diagnosi offre una prima occasione per suscitare la partecipazione della popolazione - attraverso varie forme possibili di consultazione - e per mobilitare i principali operatori socioeconomici interessati.

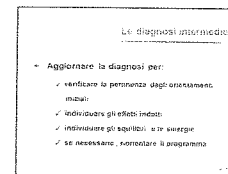
M02, M06, M18, T01, T09

III.14

LUCIDO 7

Le diagnosi intermedie

LIVELLO II



Nella prospettiva di una evoluzione dell'impostazione di sviluppo rurale e delle mentalità è opportuno attuare un **dispositivo di follow-up** che si concretizza con la realizzazione di **valutazioni e diagnosi intermedie**.

Sebbene la diagnosi iniziale sia fondamentale per avviare una dinamica di progetto, essa rappresenta tuttavia soltanto una fase nel processo che favorisce l'emergere delle condizioni necessarie allo sviluppo. Successivamente sarà necessario **aggiornare periodicamente la diagnosi realizzando diagnosi intermedie**.

Questo processo consente di:

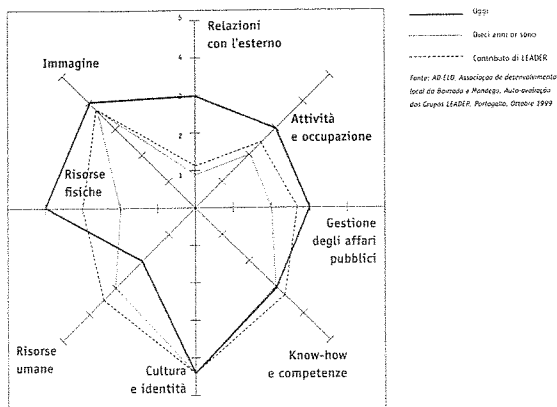
- > **capitalizzare costantemente** le azioni intraprese e di **verificare la pertinenza degli orientamenti iniziali**;
- > **individuare gli effetti indotti**, previsti o meno, delle azioni in questione e di considerarli nell'impostazione globale;
- > **individuare gli squilibri e le possibili sinergie** - un progetto si evolve con una successione di "piccole vittorie" o di insuccessi relativi; queste fasi generano nuove idee ed azioni;
- > **riorientare il programma di sviluppo locale** in fase di realizzazione, **entro i limiti imposti dai vincoli finanziari** (quando il programma è giunto alla fase esecutiva, tali vincoli consentono generalmente soltanto degli aggiustamenti marginali).

III.16

LUCIDO 8

Il profilo territoriale, uno strumento di animazione

LIVELLO II



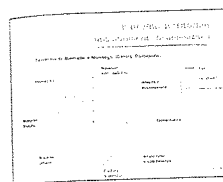
Fonte: AD LEA, Associazione de desenvolvimento local de Beira e Mondego, Auto-análise dos Grupos LEADER, Portugal, Outubro 1999

III.17

LUCIDO 8 (CONTINUA)

Il profilo territoriale, uno strumento di animazione

LIVELLO II



Successivamente, il raffronto dei profili definiti in epoche diverse permette di delineare le evoluzioni passate ed evidenzia le "perdite" o i "progressi" del territorio. Ad esempio, è possibile tracciare un profilo del territorio corrispondente alla situazione vissuta dieci anni prima e confrontarlo con la realtà attuale, oppure comparare la probabile evoluzione del territorio con e senza l'intervento di LEADER.

In ogni caso, uno dei principali punti di interesse di questo strumento risiede nella possibilità di **esprimere e confrontare i punti di vista**. Il suo utilizzo in quanto supporto di animazione contribuisce a mantenere viva una dinamica nell'ambito dell'impostazione partecipativa e della gestione concertata dello sviluppo territoriale.

III.19

LUCIDO 8 (CONTINUA)

Il profilo territoriale, uno strumento di animazione

LIVELLO II



Per formalizzare una visione d'insieme della situazione del territorio, e permetterne l'analisi, può essere opportuno esaminare ognuna delle componenti caratteristiche del territorio considerato, in un determinato momento. Partendo da una rappresentazione grafica, il processo consente di evidenziare l'evoluzione del territorio in un dato periodo, di stilare un bilancio (carenze/punti di forza) delle singole componenti, di avere un'idea delle risorse disponibili per un progetto futuro.

Per valutare la situazione di ogni componente, nello schema presentato è stato utilizzato un punteggio da 0 a 5: "nullo" (0), "pessimo" (1), "scarso" (2), "medio" (3), "buono" (4) e "ottimo" (5). Questi punteggi vengono successivamente riportati su un grafico suddiviso in otto sezioni che consente di delineare un'immagine, un "profilo del territorio".

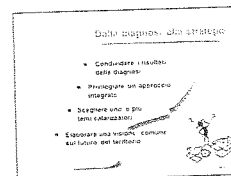
Naturalmente, un profilo di questo tipo ha un valore oggettivo piuttosto limitato, ma può aiutare i gruppi di operatori locali a definire con maggiore precisione la loro visione del territorio e a confrontarla. Il profilo deve essere considerato innanzi tutto come uno **strumento di animazione** che consente di comparare e completare i punti di vista di ciascuno e di giungere ad una valutazione collettiva più efficace della situazione del territorio.

III.18

LUCIDO 9

Dalla diagnosi alla strategia

LIVELLO II



L'analisi del capitale territoriale assume il suo pieno significato con la costruzione del programma di sviluppo rurale locale.

A tale fine devono essere privilegiate **quattro piste** di riflessione:

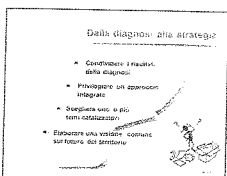
- > **Condividere i risultati della diagnosi** che hanno permesso di identificare un certo numero di bisogni in materia di innovazione, importanti per il territorio - questa azione rappresenta un prolungamento del processo di coinvolgimento della popolazione e della partecipazione degli operatori locali.
- > **Privilegiare un approccio integrato** (che garantirà la coerenza all'insieme e consentirà di comprendere ciò che è prioritario e ciò che non lo è, nonché di classificare per ordine di importanza gli obiettivi e le azioni). Questo approccio integrato aiuta inoltre ad individuare gli **squilibri esistenti (sul piano geografico, economico, sociale e culturale) e le possibili sinergie**, al fine di considerare le interrelazioni tra le azioni ipotizzate e individuare nel tempo soluzioni appropriate. L'approccio integrato funge da filo conduttore per l'intero processo.

T01-09

III.20

LUCIDO 9 (CONTINUA)

Dalla diagnosi alla strategia



> **Scegliere uno o più temi catalizzatori** in grado di soddisfare i bisogni di innovazione e fornire al contempo una prospettiva più ampia. Il tema catalizzatore sarà l'asse di sviluppo dei progetti. La qualità di un tema catalizzatore dipende dalla sua capacità di fungere da **leva** per far emergere le iniziative, soddisfacendo al contempo i bisogni individuati.

> **Elaborare una visione comune sul futuro del territorio.** Questo processo basato su un tema catalizzatore richiede al contempo una certa "visione utopica" ed una capacità di adattarsi alle realtà concrete. Questi due approcci sono sovente promossi da persone o istituzioni diverse; per tale motivo si rivela di particolare utilità un'ampia riflessione collettiva che richiede tempo.

LIVELLO II



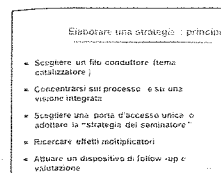
M18

T06,P03

III.21

LUCIDO 10 (CONTINUA)

Elaborare una strategia: principi



Un'opzione di partenza: scegliere una porta d'accesso unica o adottare la cosiddetta "strategia del seminatore"

Una strategia territoriale può essere promossa e avviata partendo da molteplici situazioni iniziali che vengono qui definite "porte d'accesso": può trattarsi di **una forma di intervento ben precisa**, come ad esempio la promozione dell'immagine del territorio o lo sviluppo di una fonte energetica alternativa, oppure dell'**abbinamento di varie azioni** per diversificare un solo settore economico di rilievo o valorizzare un elemento del patrimonio, ecc.

La "**porta d'accesso**" deve essere scelta tra gli elementi chiave emersi dall'analisi del capitale territoriale.

Contrapposta alla strategia delle "porte d'accesso" vi è la "**strategia del seminatore**" che consiste nell'avviare azioni in vari campi e settori, nella speranza che qualcuna possa "attecchire". Questo tipo di strategia è sovente applicato nei territori caratterizzati da uno scarso spirito di iniziativa. Col passare del tempo, le capacità sviluppate potranno permettere di orientare le iniziative in una direzione più precisa.

LIVELLO I



M02, M47

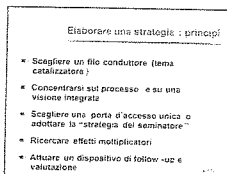
M28,S32

P52,S26,M28

III.23

LUCIDO 10

Elaborare una strategia: principi



Alcune esperienze realizzate nell'ambito di LEADER serviranno da esempio per elaborare una strategia conforme ai principi dell'approccio territoriale:

Un filo conduttore

La maggior parte dei territori LEADER ha scelto come filo conduttore la valorizzazione di specificità locali. Soltanto un ristretto numero di zone può ancora puntare (ma fino a quando?) su prodotti o servizi "standardizzati" e indifferenziati. In base a queste specificità è possibile creare temi catalizzatori.

Un approccio incentrato sul concetto di processo e su una visione integrata d'insieme

Nell'ambito di questo approccio **per fasi**, la strategia deve essere considerata in una logica spazio-temporale. Le azioni si arricchiscono progressivamente e si susseguono in un certo ordine, diventando via via più elaborate.

D'altro canto, l'approccio integrato impegna i soggetti interessati a superare l'ambito dei collegamenti di tipo "semplice" per ipotizzare relazioni che esercitano un "effetto-leva" come, ad esempio, il raggruppamento di varie categorie di operatori intorno ad un processo concertato. Questa visione "sistemica" intensifica l'impatto di ogni azione.

LIVELLO I



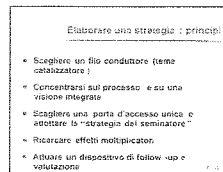
M18, P22

M14, P17

III.22

LUCIDO 10 (CONTINUA)

Elaborare una strategia: principi



Ricerca sistematicamente effetti moltiplicatori

Qualsiasi processo finalizzato ad incrementare il valore aggiunto del capitale territoriale si fonda sulla ricerca di effetti moltiplicatori. A tale proposito possono essere ipotizzati vari tipi di intervento, in particolare:

- > azioni che esercitano un effetto-leva per altri progetti (l'introduzione di un marchio, la creazione di un centro di informazione turistica, ecc.);
- > azioni che introducono nuove prassi o forme organizzative.

Attuare un dispositivo di follow-up e valutazione delle azioni in atto

Gli insegnamenti tratti dalle esperienze positive o dagli insuccessi, dalle difficoltà riscontrate e dalle soluzioni individuate consentono di approfondire la conoscenza del "capitale territoriale" e di affinare le strategie. È pertanto indispensabile dotarsi dei mezzi necessari per trarre tali insegnamenti e far sì che questi possano servire in futuro sfruttando gli strumenti disponibili (gruppi di riflessione, momenti di incontro, documenti di lavoro, ecc.). Il follow-up e la valutazione sono pertanto elementi integranti della strategia.

In ogni caso, la strategia proposta nei piani di sviluppo deve dimostrare di non essere una somma di progetti o una semplice sovrapposizione di interventi settoriali, ma un **insieme integrato di azioni che esercitano un effetto-leva**.

LIVELLO I

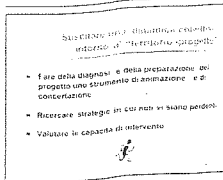


M39

III.24

LUCIDO 11

Suscitare una dinamica collettiva intorno al "territorio-progetto"



Involgere tutti i soggetti (comprese le amministrazioni pubbliche) del territorio nella strategia è un elemento fondamentale per garantirne il successo. In questa prospettiva, difficile da realizzare, sono possibili varie impostazioni.

> **Fare della diagnosi e della preparazione del progetto uno strumento di animazione e concertazione** - Coinvolgendo la popolazione locale, ponendo le domande pertinenti ed individuando le varie forme di integrazione è possibile acquisire progressivamente una migliore conoscenza del territorio. Questo esercizio può anche permettere di sfruttare i punti di forza della zona, senza tuttavia privilegiare gli operatori più forti o maggiormente consolidati.

> **Ricerca strategie in cui non vi siano perdenti** - Molti soggetti si impegneranno ad introdurre cambiamenti soltanto se potranno ricavarne direttamente dei benefici. Per tale motivo è particolarmente importante trattare le questioni sollevate sul campo in modo che tutte le parti traggano vantaggio dal processo, sia cercando il maggiore denominatore comune tra gli operatori interessati, sia prevedendo meccanismi compensativi per coloro che ne sono eventualmente esclusi.

> **Valutare le capacità di intervento** - L'esperienza indica tre elementi del gruppo di azione locale che si rivelano importanti per il successo dell'impostazione:

- la **rappresentatività** del GAL (che garantisce la qualità e il rispetto delle opzioni strategiche scelte);
- una reale **leadership** sostenuta da forze che favoriscono il cambiamento;
- un'**organizzazione** del gruppo idonea alla strategia ipotizzata.

LIVELLO II

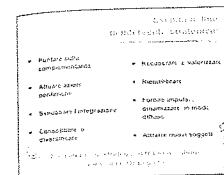


III.25

LUCIDO 12 (CONTINUA)

Esempi di linee di intervento strategiche

LIVELLO II



> **Maggiore integrazione** - Nei territori dove non esiste una cultura della collaborazione, la dispersione dei promotori di progetto costituisce uno svantaggio. La competitività del territorio può essere incrementata promuovendo i contatti e le forme di collaborazione tra gli operatori o i settori presenti ma isolati. Un tema catalizzatore, trasversale, può sovente sostenere questa strategia.

> **Consolidamento o diversificazione** - In questo caso si sostiene l'introduzione di nuove linee di produzione nel settore o nella filiera già predominante (**consolidamento**), il miglioramento della qualità dell'offerta o la realizzazione di esperienze pilota (introduzione di nuovi prodotti e/o servizi) in nuovi settori (**diversificazione**).

> **Recupero e valorizzazione** - Questa è la strategia più comune tra i gruppi LEADER, che intervengono sovente in territori dove le risorse e il know-how stanno scomparendo. In questo caso si tratta di determinare se il passato racchiude elementi che possono permettere di introdurre sul mercato prodotti "moderni" e competitivi rispondenti alle attuali esigenze della domanda.

> **Riequilibrio** - Questa strategia si impone quando l'azione tende a far sì che anche le categorie della popolazione più svantaggiate o situate in aree del territorio in declino possano fruire delle opportunità esistenti.



E23, P04, P37

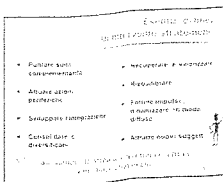
E10, P22, P23, P53

M38

III.27

LUCIDO 12

Esempi di linee di intervento strategiche



Il capitale territoriale iniziale condiziona in larga misura la portata delle scelte strategiche in materia di sviluppo territoriale. Le strategie che si rivelano pertinenti in territori dove esiste già un processo di sviluppo ben avviato possono essere impensabili in territori dove non vi è ancora nulla a tale proposito.

Limitandosi a considerare due componenti del capitale territoriale - la componente "attività e imprese" e la componente "governance" - si possono delineare 5 tipi di strategie.

> **Ricerca di complementarità** - Nell'ambito di questa strategia l'intervento si incentra su alcuni elementi che possono dinamizzare il processo in atto e consolidarlo (ad esempio, investimenti immateriali che consentono un maggiore sviluppo economico; realizzazione di microprogetti pilota che permettono di testare alcune trasformazioni in settori scelti).

> **Promozione di azioni "periferiche"** - Questa strategia si applica laddove il gruppo di azione locale ha un peso piuttosto limitato rispetto alle forze economiche che controllano il processo di sviluppo locale. Il GAL promuove azioni "periferiche" che possono completare o addirittura riorientare ciò che è già in atto, oppure rivalorizzare risorse trascurate.

LIVELLO II



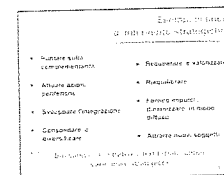
M47

III.26

LUCIDO 12 (CONTINUA)

Esempi di linee di intervento strategiche

LIVELLO II



> **Impulso e dinamizzazione diffusa** - Queste strategie tendono di norma ad infondere negli abitanti della zona un sentimento di fiducia nelle risorse endogene del territorio e nella loro capacità di agire e di introdurre innovazioni. Esse abbinano sovente due tipologie di intervento: un'azione "di spinta", ossia un'assistenza tecnica e/o finanziaria ai rari operatori innovativi, e un processo di dinamizzazione diffusa (a causa della mancanza di promotori di progetto è necessario sostenere "tutto ciò che si muove").

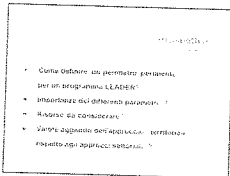
> **Attrarre nuovi soggetti** - Nei territori penalizzati da una scarsa densità demografica e dalla mancanza di iniziative è possibile organizzare una politica volontaristica di accoglienza e sfruttare le opportunità locali per attrarre nella zona nuovi residenti.

Nella pratica, tuttavia, la **strategia territoriale abbinata molte di queste linee di intervento.**



M27

III.28



Quali criteri vengono utilizzati di norma per definire il perimetro di intervento delle politiche di sviluppo? Questi criteri sono soddisfacenti per elaborare una diagnosi globale del territorio?

Quale sarebbe il perimetro più pertinente per avviare o estendere l'approccio LEADER? L'attuale delimitazione deve essere modificata? In caso affermativo, perché?

Qual è l'importanza relativa dei seguenti parametri per la definizione del territorio per un programma LEADER?

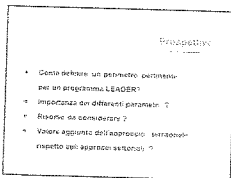
1. Preesistenza di un "territorio-progetto"
2. Massa critica in termini di popolazione e attività
3. Coesione degli operatori e identità culturale
4. Altri parametri

Quali risorse locali sono più adatte ad un processo di valorizzazione?

1. Risorse naturali (acqua, qualità dell'ambiente, ecc.)?
2. Risorse agricole, forestali o legate al settore della pesca?
3. Risorse culturali e storiche?
4. Risorse economiche e finanziarie (rete di imprese)?
5. Risorse umane (qualifica della popolazione, tessuto associativo, ecc.)?
6. Risorse istituzionali (capacità di organizzazione)?

schema del capitolo

Lucido 1	L'approccio ascendente	Livello I
Lucido 2	Definizione	Livello I
Lucido 3	Quattro livelli di "partecipazione"	Livello II
Lucido 4	L'approccio ascendente nell'ambito di LEADER	Livello I
Lucido 5	Obiettivi	Livello I
Lucido 6	I valori al centro del progetto di territorio	Livello II
Lucido 7	Partecipazione e decisione collettiva - Approppiazione del progetto	Livello II
Lucido 8	Condividere le diverse forme di espressione	Livello II
Lucido 9	Alcune piste per l'animazione del territorio	Livello I
Lucido 10	Approccio ascendente e nascita di progetti	Livello II
Lucido 11	Approccio ascendente e selezione dei progetti	Livello II
Lucido 12	Prospettive	Livello II



Quali risorse potrebbero essere sfruttate maggiormente o in modo più efficace?

Quali apporti specifici può fornire un approccio "territoriale"?

1. Migliore individuazione dei problemi e dei bisogni locali?
2. Migliore individuazione e sfruttamento più efficace delle risorse locali?
3. Rafforzamento del sentimento di appartenenza e dell'identità?

riferimenti



Dossier LEADER II

Collana "Lezioni in animazione"

- N. 3: Dalla strategia all'azione: la selezione dei progetti (1998)
- N. 4: La valutazione dei valori agricoli nell'approccio LEADER (1999)
- N. 6: Lustrare la strategia di sviluppo territoriale alla luce dell'esperienza LEADER - Fascicolo n. 2: la competitività sociale (2000)
- N. 8: Combattere l'esclusione sociale nelle zone rurali (2000)

Dossier dell'Observatoire

- N. 3: Integrazione degli insegnamenti di LEADER nelle future politiche rurali (1999)

Guide

- Guida metodologica per l'analisi dei bisogni locali in materia di innovazione (1998)
- La formazione al servizio dello sviluppo territoriale (2000)

LEADER Magazine

- N. 16: Spettacolo convegno LEADER "Per una nuova iniziativa comunitaria per lo sviluppo rurale: 100 storie raccontate" (Inverno 1997-1998)

CAPITOLO IV

riferimenti



Dossier LEADER I

Dossier tecnico

Coinvolgere la popolazione nello sviluppo locale



Esempi

Schede "azioni innovative"

E15

M01 - M02 - M05 - M08 - M26 - M28 - M36 - M38 - M39 - M42 - M43

F53

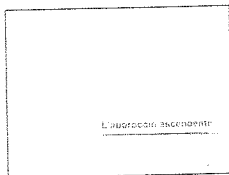
S23 - S26

T01 - T05 - T09

LUCIDO 1

L'approccio ascendente

LIVELLO I



"Programma di iniziativa comunitaria", e pertanto promosso inizialmente da una decisione "discendente" ("top-down", "dall'alto"), LEADER propone tuttavia un approccio "ascendente" in materia di sviluppo rurale ("bottom-up", "dal basso"), elaborato in base alle aspettative, le idee, i progetti e le iniziative della popolazione locale.

Inattuabile senza il coinvolgimento degli operatori, indispensabile per un approccio territoriale integrato di qualità, l'approccio ascendente rappresenta una delle principali innovazioni sperimentate nell'ambito di LEADER. Esso si rivela innovativo anche per quanto riguarda gli interventi dei Fondi strutturali.

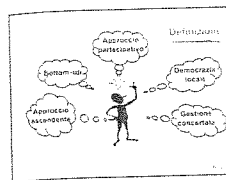
In funzione delle realtà locali, l'approccio (ri)porta alla ribalta la coesione sociale, la concertazione e la trasparenza nei processi decisionali. In ogni caso invita ad avviare una riflessione sull'elaborazione e l'adeguamento di metodi di animazione che rappresentano un elemento centrale dell'impostazione.

L'importanza attribuita nell'ambito di LEADER I e II alle spese relative all'animazione, all'acquisizione delle competenze e all'assistenza tecnica traduce concretamente l'interesse attribuito a questo approccio ed il cambiamento che LEADER ha introdotto nell'ideazione e nell'attuazione dei programmi di sviluppo.

LUCIDO 2

Definizione

LIVELLO I



Approccio "ascendente", "bottom-up", "impostazione partecipativa", "democrazia locale", "gestione concertata"... pur non essendo equivalenti, questi concetti esprimono delle varianti di un processo di concertazione locale e di un'impostazione collettiva che spingono la popolazione locale ad "appropriarsi" del futuro del proprio territorio.

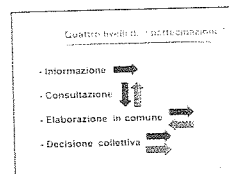
Con questa impostazione, la popolazione e i soggetti locali sono invitati e espressi a partecipare agli orientamenti del territorio in materia di sviluppo, in funzione della loro visione, delle loro aspettative e dei loro progetti.

Tuttavia, l'approccio ascendente non è applicabile (né applicato) sistematicamente ovunque e in qualsiasi circostanza. In funzione dei contesti culturali specifici di ogni Stato membro e nel rispetto del principio di sussidiarietà, l'impostazione partecipativa è sovente una tendenza o una linea di intervento auspicato piuttosto che una realtà quotidiana. Non si possono tuttavia negare gli sforzi compiuti per ricollocare la popolazione e gli operatori locali al centro del processo di sviluppo dei territori rurali.

LUCIDO 3

Quattro livelli di "partecipazione"

LIVELLO II



In ogni fase di un programma di sviluppo è necessario interrogarsi sui metodi e sugli strumenti più appropriati per suscitare la partecipazione locale. Che si tratti della fase di programmazione, della fase decisionale o dell'attuazione, la "partecipazione" avviene a diversi livelli, con persone o gruppi distinti e risorse differenziate che devono essere attivate al momento più opportuno. I quattro livelli proposti non sono livelli "successivi" ma simultanei, che vengono attivati in diversa misura a seconda delle fasi del programma.

LUCIDO 3 (continua)

Quattro livelli di "partecipazione"

LIVELLO II

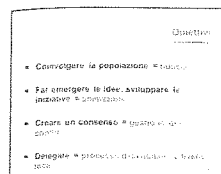
Livelli	Strumenti	Quando?	Chi?
Informazione	Incontri pubblici Media e telecomunicazioni, mostre e fiere	Fase iniziale, fasi per la realizzazione del programma, fase per l'individuazione di progetti	La popolazione nel suo complesso, la partnership, i promotori di progetto, le istituzioni, i responsabili decisionali
Consultazione	Audit locale, metodi di diagnosi partecipativa, formazione degli animatori	Fase iniziale, elaborazione del piano strategico	Gruppi attivi della popolazione, associazioni, gruppi di interesse
Elaborazione in comune	Gruppi di lavoro specializzati, animazione della partnership, formazione degli animatori e degli operatori locali	Avvio dei progetti, attuazione del programma, valutazione partecipativa (autovalutazione)	Partnership, settori interessati, gruppi di interesse
Decisione collettiva	Selezione partecipativa dei progetti, animazione della partnership	Definizione degli orientamenti e delle strategie Attuazione del programma, nuova diagnosi dopo la valutazione partecipativa	Partnership, promotori di progetto

IV.7

LUCIDO 5

Obiettivi

LIVELLO I



L'approccio ascendente, elemento centrale dell'impostazione LEADER, persegue i seguenti obiettivi:

- > **coinvolgere la popolazione** - per suscitare un'attiva partecipazione della popolazione e dei partner economici, istituzionali e associativi al processo di sviluppo è necessario organizzare la circolazione delle informazioni, agevolare l'accesso alla formazione e individuare metodi di animazione mirati, garantendo al contempo la trasparenza del processo decisionale. Nella maggior parte dei casi ciò implica innanzi tutto **infondere fiducia** a popolazioni e operatori locali che non sono abituati ad esprimersi sui propri bisogni, aspettative o progetti;
- > **far emergere le idee e sviluppare le iniziative** - ciò implica una mentalità aperta e la volontà di gestire il rischio correlato all'innovazione. Favorire i contatti e il dialogo tra le persone, il riavvicinamento dei settori, lo scambio delle conoscenze e la complementarità tra le competenze sono aspetti che le attività di **animazione** tenderanno a promuovere presso molteplici gruppi target, già costituiti o da costituire;



M08, M38



VI/5



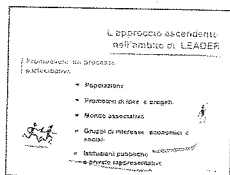
M02, M26, M28

IV.9

LUCIDO 4

L'approccio ascendente nell'ambito di LEADER

LIVELLO I



L'approccio ascendente (o "dal basso") è uno degli elementi che accentuano l'interesse dell'impostazione LEADER.

Esso tende a **promuovere un processo partecipativo a livello locale** per tutti gli aspetti inerenti le politiche di sviluppo. La partecipazione dei soggetti locali, che viene incentivata a tutti i livelli con processi di consultazione o con l'associazione all'interno della partnership, interessa la **popolazione nel suo complesso**, i **promotori di idee e progetti**, il **mondo associativo**, i **gruppi di interesse economici e sociali**, gli **enti pubblici e privati rappresentativi**.

La partecipazione viene promossa a qualsiasi stadio: nella fase di definizione, durante l'attuazione, al momento della valutazione e della ridefinizione del programma - e può concretizzarsi in modo diretto o avvenire tramite rappresentanti di interessi collettivi (associazioni di categoria, gruppi di donne, associazioni culturali, ecc.).



II/8, III/6



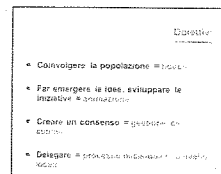
M06, M08

IV.8

LUCIDO 5 (CONTINUA)

Obiettivi

LIVELLO I



- > **creare un consenso** - se applicato efficacemente, il processo decisionale partecipativo può garantire un'ampia ed equa rappresentanza di tutti i gruppi di interesse, offrendo così la possibilità di **raggiungere il consenso**, di risolvere i conflitti e di promuovere nuovi legami tra gruppi e settori;
- > **delegare il potere decisionale** - l'adozione dell'approccio ascendente implica la delega del **potere decisionale al livello locale** rispetto ad altri livelli istituzionali. Il processo decisionale locale e partecipativo consente di gestire ed integrare al meglio le idee e i progetti nuovi che saranno stati espressi. Per tale motivo è necessario attuare quanto prima tale approccio, sin dalla fase di diagnosi e di elaborazione del piano d'azione locale.



E15



II/9-10

III/6-7

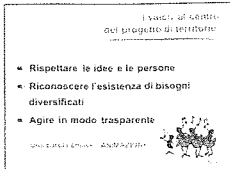
IX/2

IV.10

LUCIDO 6

I valori al centro del progetto di territorio

LIVELLO II



L'approccio ascendente implica, da parte dei responsabili dello sviluppo, la condivisione di determinati valori:

- > **il rispetto delle idee e delle persone** - in un clima di indifferenza o in mancanza di stima non sono possibili scambi, né alcun processo collettivo;
- > **il riconoscimento dell'esistenza di bisogni diversificati** - la coesione sociale e economica è uno degli elementi chiave per garantire uno sviluppo equilibrato e duraturo. A tale proposito la ricerca di un equilibrio tra i bisogni degli agricoltori e quelli degli altri operatori rurali, ad esempio quelli che intervengono nel settore turistico, costituisce un aspetto fondamentale;
- > **trasparenza dell'intervento** - trasparenza nella ripartizione dei ruoli, nel processo decisionale, ecc.

Poiché richiede flessibilità e pragmatismo, l'approccio ascendente implica adeguamenti in funzione delle realtà, degli operatori esistenti, degli obiettivi e delle ambizioni.

A tale proposito, la parola chiave è "animazione": animazione sul campo, animazione all'interno dei gruppi di lavoro, animazione dell'impostazione globale.



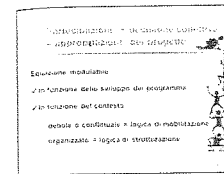
M28, M01

IV.11

LUCIDO 7 (CONTINUA)

Partecipazione + decisione collettiva = appropriazione del progetto

LIVELLO II



2° che si adeguano al contesto - La realtà territoriale iniziale determinerà molteplici forme di mobilitazione. A tale proposito è necessario distinguere:

- > le realtà che richiedono una partnership orientata verso la **mobilitazione** - si tratterà, ad esempio, di riconciliare parti in conflitto, colmare alcune carenze delle istituzioni, risituare le energie locali sul territorio, ecc.;
- > le realtà che richiedono una partnership orientata verso la **strutturazione** - il territorio vanta istituzioni forti, una lunga tradizione in materia di partnership, ecc. In questo caso si pone innanzi tutto il problema di articolare le varie funzioni istituzionali e i settori di intervento.

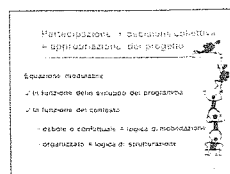


IV.13

LUCIDO 7

Partecipazione + decisione collettiva = appropriazione del progetto

LIVELLO II



L'approccio ascendente è basato su questa equazione: per potersi appropriare veramente del progetto di sviluppo, la popolazione locale deve partecipare attivamente al processo ed essere coinvolta nell'adozione delle decisioni in base a modalità:

1° che si evolvono con l'avanzare del programma

- > durante la fase della **diagnosi**, l'approccio ascendente implica la **sensibilizzazione** (mediante l'informazione) e il **coinvolgimento** per analizzare i punti di forza e le carenze del territorio, nonché per individuare i bisogni e le aspettative (con metodi di diagnosi partecipativa); questa fase interessa la popolazione nel suo complesso e i gruppi attivi sul territorio;
- > nella fase di **pianificazione** delle scelte strategiche del programma, l'approccio ascendente implica la partecipazione di vari gruppi di interesse (istituendo gruppi di lavoro ad hoc);



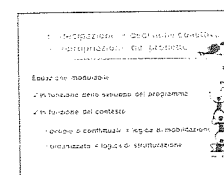
M26, M42, T01, T09

IV.12

LUCIDO 7 (CONTINUA)

Partecipazione + decisione collettiva = appropriazione del progetto

LIVELLO II



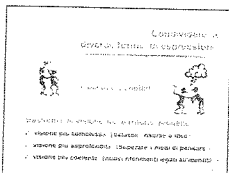
In ogni caso, il coinvolgimento della popolazione e degli operatori locali potrà avvenire soltanto:

- > se essi reputano di poter trarre un qualche vantaggio dal processo;
- > se percepiscono rapidamente l'esistenza di elementi tangibili che possono migliorare la qualità della vita nel territorio;
- > se l'impostazione tiene conto dei problemi nella loro globalità, senza incentrarsi esclusivamente sulle difficoltà di talune categorie della popolazione o di alcuni settori di attività;
- > se il principio del coinvolgimento della popolazione persiste anche oltre la fase della diagnosi territoriale (organizzazione della circolazione delle informazioni, scambi, follow-up dei risultati del progetto, ecc.);
- > se la partnership si diffonde, fa evolvere il gruppo di azione locale e/o favorisce l'emergere di nuove forme di organizzazione e di apprendimento collettivo.

IV.14

LUCIDO 8

Condividere le diverse forme di espressione...



Il confronto dei diversi punti di vista, talvolta conflittuali, espressi dai vari soggetti interessati dal processo di sviluppo **trasforma la visione del "territorio-progetto"**.

Esso permette una lettura complessa, ricca e più coerente di questo nuovo quadro di riferimento rappresentato dal territorio-progetto:

- > **complessa** perché evidenzia gli ostacoli esistenti, che interessano sovente categorie della popolazione la cui opinione non viene presa sufficientemente in considerazione; essa mette in luce l'esistenza di risorse umane e di idee innovative sino ad allora sconosciute;
- > **ricca** perché, riconoscendo l'esistenza di opinioni diverse, è possibile uscire dai modi di pensare "preconfezionati", che si tramandano di generazione in generazione, da "ciò che non si deve fare" che riflette nella maggior parte dei casi l'ancestrale prudenza del mondo rurale;
- > **coerente** perché il fatto di esprimere le differenze, o addirittura le divergenze di opinione, sebbene di primo acchito possa essere fastidioso per i conflitti latenti che possono manifestarsi, è indispensabile per creare nuovi elementi comuni legati all'identità. Attraverso l'azione e l'elaborazione di un progetto collettivo sarà possibile superare i conflitti sorti durante i primi incontri e arricchire i concetti iniziali.

LIVELLO II



III/4,8



M08, P53, T09

M36

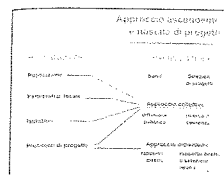
T06

IV.15

LUCIDO 10

Approccio ascendente e nascita dei progetti

LIVELLO II



L'approccio ascendente è un elemento centrale per far emergere iniziative e progetti. A tale proposito l'animazione svolge un ruolo determinante.

Due fasi di animazione coesistono e si influenzano reciprocamente:

- > una fase di **preparazione** (riflessione, diagnosi e comunicazione degli "orientamenti strategici") - questa fase interessa la **popolazione** nel suo complesso, in particolare gli elementi più dinamici, nonché i membri della **partnership locale**, le **istituzioni** e i **potenziali promotori di progetto**;
- > una fase di **realizzazione** (bandi per la presentazione dei progetti e selezione dei progetti proposti) - l'animazione avviene allora a due livelli:
 - **collettivo** - l'invito a presentare progetti è al centro di una vasta campagna di **diffusione pubblica** e la **coerenza** rispetto alle linee strategiche è un criterio di selezione importante;
 - **individuale** - accompagnamento dei singoli promotori di progetto. In questo caso è di regola il **rapporto** diretto con i potenziali promotori di progetto; al candidato viene fornito un accompagnamento personalizzato nella fase di realizzazione del fascicolo. Il gruppo locale può aiutare il promotore di progetto a definire l'ingegneria finanziaria del proprio progetto.



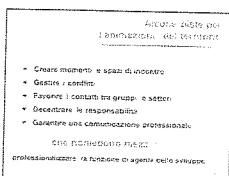
M01, M02, M28, S23, S26

IV.17

LUCIDO 9

Alcune piste per l'animazione del territorio

LIVELLO I



Le attività di animazione costituiscono una componente strategica dell'approccio ascendente. I gruppi di azione locale ne sono perfettamente consapevoli: essi hanno investito tempo e risorse in queste azioni; la **funzione di "agente dello sviluppo"** si è evoluta acquisendo una **maggiore professionalità**; nei programmi gli investimenti immateriali sono stati ingenti e hanno integrato gli investimenti realizzati nel quadro dei Fondi strutturali. LEADER ha analizzato numerose **piste** per rendere operativo l'approccio ascendente:

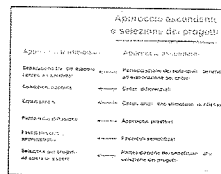
- > **creare momenti e spazi di incontro** (organizzazione di manifestazioni, incontri pubblici, audit locali, corsi di formazione, ecc.);
- > **gestire i conflitti** (permetterne l'espressione, avviare una negoziazione o addirittura organizzare una funzione di mediazione, ecc.);
- > **favorire l'instaurazione di contatti tra gruppi e settori** (riunioni a tema, organizzazione di visite, dibattiti, ecc.);
- > **decentrare le responsabilità**, tenendo tuttavia presente che una vera condivisione del potere viene concessa da colui che lo detiene in origine. La direzione formale della partnership locale resta pertanto sovente nelle mani di talune categorie di partner "dominanti", generalmente rappresentati dai poteri pubblici;
- > **garantire una comunicazione professionale** (utilizzo mirato e interattivo dei mezzi di comunicazione, mostre, fiere, ecc.).

IV.16

LUCIDO 11

Approccio ascendente e selezione dei progetti

LIVELLO II



Per molti GAL il processo di selezione dei progetti si fonda in parte su nuove modalità, talvolta complesse e sovente diverse dalle procedure di tipo più tradizionale. Si possono confrontare questi approcci nuovi e tradizionali applicando un metodo di ricerca in merito ai seguenti elementi:

- > adeguamento alle specificità di ogni territorio,
- > coerenza rispetto agli obiettivi strategici definiti,
- > ottimizzazione degli effetti della selezione in termini di dinamica territoriale.

La tabella riportata nella pagina seguente illustra i vantaggi e i limiti di ogni formula.



M43

IV.18

LUCIDO 11 (CONTINUA)

Approccio ascendente e selezione dei progetti

LIVELLO II

Approccio "tradizionale", approccio "ascendente"

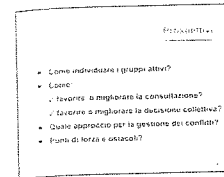
Approccio prevalentemente	Caratteristiche	Preoccupazioni cui può fornire una risposta	Possibili inconvenienti
"tradizionale" "ascendente"	separazione tra coloro che elaborano i criteri e i candidati partecipazione dei potenziali beneficiari all'elaborazione	evitare le interferenze favorire la partecipazione vegliare alla qualità dei progetti selezionati	limita il coinvolgimento rallentamento del processo
"tradizionale" "ascendente"	condizioni paritarie tra i candidati introduzione di criteri differenziati	garantire la parità tra i potenziali candidati ridurre gli squilibri territoriali e/o sociali	accentua gli squilibri progetti meno interessanti per quanto riguarda gli effetti economici a breve termine
"tradizionale" "ascendente"	criteri relativamente circoscritti e precisi criteri ampi che stimolano la riflessione	evitare le ambiguità e le possibili contestazioni favorire una maggiore apertura verso nuove idee	limita la ricerca "a tappeto" delle idee processo di preparazione più lento

IV.19

LUCIDO 12

Prospettive

LIVELLO II



> Quali categorie della popolazione sono attive nell'ambito delle iniziative locali?

1. Agricoltori
2. Professionisti non agricoli
3. Altri residenti attivi
4. Residenti non attivi
5. Rappresentanti eletti a livello locale
6. Associazioni ambientaliste
7. Associazioni culturali
8. Associazioni femminili
9. Giovani
10. Altro

> Chi ha partecipato o potrebbe partecipare ad una consultazione sul programma LEADER?

> Come favorire o migliorare:

1. la consultazione delle varie categorie?
2. la decisione collettiva con le categorie interessate?

> Quali metodi per l'animazione e il processo decisionale partecipativo sono stati ideati o utilizzati?

IV.21

LUCIDO 11 (CONTINUA)

Approccio ascendente e selezione dei progetti

LIVELLO II

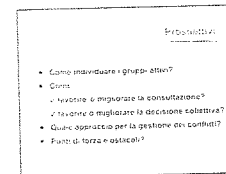
Approccio prevalentemente	Caratteristiche	Preoccupazioni cui può fornire una risposta	Possibili inconvenienti
"tradizionale" "ascendente"	parità nella diffusione forme di diffusione complementari Approccio proattivo	trattare tutte le proposte su un livello di parità integrare gruppi di popolazione più svantaggiati	non è mirato sui beneficiari auspicati progetti meno interessanti per quanto riguarda gli effetti economici a breve termine
"tradizionale" "ascendente"	fascicoli scritti completi, talvolta sofisticati fascicoli semplificati Importanza accordata all'aspetto orale	disporre di tutti gli elementi per la selezione mobilitare	scoraggia i beneficiari, soprattutto i più piccoli maggiori difficoltà nella selezione e nel follow-up dei fascicoli
"tradizionale" "ascendente"	selezione ad opera di un'équipe ad hoc costituita da esperti indipendenti partecipazione dei potenziali beneficiari alla selezione	selezionare in assoluta autonomia favorire il consenso, indurre riferimenti comuni e coesione sociale	può portare ad una standardizzazione dei progetti rischio di dispersione dei finanziamenti su molteplici beneficiari, rischio di trasparenza insufficiente per i non beneficiari

IV.20

LUCIDO 12 (CONTINUA)

Prospettive

LIVELLO II



> Come si manifestano i conflitti e quali sono i metodi per gestirli?

> Quali risultati si prevedono da un approccio ascendente in materia di sviluppo sul territorio?

1. Migliore individuazione dei problemi e dei bisogni locali
2. Migliore organizzazione degli operatori
3. La popolazione ha una migliore comprensione delle decisioni locali
4. Il livello superiore accetta meglio le decisioni locali
5. Promozione di idee e progetti
6. Effetto o effetti dimostrativi per altri programmi di sviluppo
7. Altro

> Quali sono i punti di forza e gli ostacoli dell'approccio ascendente sul territorio? Come migliorarne l'efficacia?

IV.22

CAPITOLO V L'approccio partecipativo e il gruppo di azione locale

CAPITOLO V

Schema del capitolo

Lezione 1	L'approccio partecipativo e il gruppo di azione locale	Livello I
Lezione 2	Esempi "partecipativi"	Livello II
Lezione 3	La partnership locale	Livello II
Lezione 4	La partnership: innovazione e strumento catalizzatore della innovazione	Livello II
Lezione 5	Apprendimento LEADER	Livello I
Lezione 6	Le componenti della partnership	Livello II
Lezione 7	Il gruppo di azione locale (GAL)	Livello I
Lezione 8	Sviluppo tecnico	Livello I
Lezione 9	Le funzioni del gruppo di azione locale	Livello II
Lezione 10	Gli operatori autonomi	Livello I
Lezione 11	Operatori privati o associativi	Livello II
Lezione 12	Operatori economici	Livello I
Lezione 13	Soggetti pubblici	Livello II
Lezione 14	La partnership "motore" dell'innovazione	Livello II
Lezione 15	Associare le sensibilità	
Lezione 16	Associare i punti di vista	
Lezione 17	Associazioni di interesse	
Lezione 18	Associazioni di operatori omologhi	
Lezione 19	Associazioni di "network"	
Lezione 20	Il "quinto comando" della partnership	Livello II
Lezione 21	Lo "spirito" del GAL	Livello II
Lezione 22	Prospettive	Livello I

riferimenti



Esempi

Schede "azioni innovative"

- ES - ES2
- MD1 - MD2 - MD6 - MD7 - MD8 - MD9 - MD10 - MD11 - MD12 - MD13 - MD14 - MD15 - MD16 - MD17 - MD18
- SI18 - SI23 - SI25 - SI37
- TR6 - TR11

V.1

CAPITOLO V

riferimenti



Comunicazioni della Commissione europea agli Stati membri

Comunicazione della Commissione europea agli Stati membri del 14 aprile 2000 recante gli orientamenti per l'attuazione comunitaria in materia di sviluppo rurale (LEADER+)
 CN 2000/C139/05

Dossier LEADER II

Lollana "Innovazione in ambito rurale"

- N. 2: Digitalizzare la partnership locale (1997)
- N. 3: Dallo sviluppo all'azione: la selezione dei progetti (1998)
- N. 4: La valutazione del valore aggiunto nell'approccio LEADER (1999)

Dossier dell'Osservatorio

N. 3: Integrare gli insegnamenti di LEADER nelle future politiche rurali (1999)

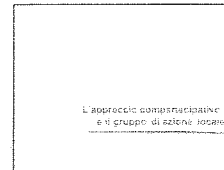
Guide

Il sostegno alle nuove attività nelle zone rurali (1998)

LUCRO 1

L'approccio partecipativo e il gruppo di azione locale

LIVELLO I



Il metodo LEADER si fonda su una nuova concezione dello sviluppo rurale basata sull'instaurazione di collegamenti tra i cittadini, le attività e i territori.

La costituzione di una partnership locale, che nell'ambito di LEADER è nota come "gruppo di azione locale (GAL)", consente di attuare concretamente questa nuova concezione:

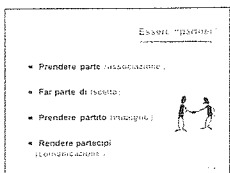
- > coinvolgendo le risorse - diverse e complementari - del settore pubblico, privato e associativo;
- > riunendo operatori locali intorno a progetti collettivi e azioni comuni, intersettoriali, per raggiungere le masse critiche o le soglie necessarie a garantire una maggiore competitività economica del territorio;
- > ipotizzando lo sviluppo in base ad un approccio multisettoriale, frutto di negoziati e di processi di concertazione tra i soggetti interessati.

V.4

LUCIDO 2

Essere "partner"

LIVELLO II



Nell'approccio ascendente in materia di sviluppo "essere partner" significa:

- > **prendere parte** (associarsi, aderire ad una causa, partecipare ad un processo, ecc.);
- > **far parte di** (operare delle scelte, assumersi responsabilità, ecc.);
- > **prendere partito** (impegnarsi rispetto a se stessi e agli altri, esprimere e difendere pubblicamente un'opinione, ecc.);
- > **rendere partecipi** (comunicare, diffondere, scambiare informazioni, punti di vista, ecc.).

La partnership è un gruppo di operatori che hanno scelto di impegnarsi al servizio dello sviluppo territoriale.

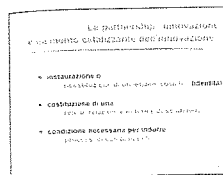
Oltre all'obiettivo di realizzare un progetto collettivo, la ragione d'essere della partnership risiede nella sua capacità di trasformare le relazioni sociali, le mentalità e i comportamenti, nonché nella capacità di fungere da strumento di innovazione per l'attuazione dei progetti.

V.5

LUCIDO 4

La partnership, innovazione e elemento catalizzante dell'innovazione

LIVELLO II



Al di là delle azioni economiche avviate in comune, la partnership locale riflette anche la volontà di **instaurare o ricostituire un legame sociale** o, addirittura, di ricercare un'identità a livello del territorio.

Sul territorio, la partnership dovrebbe portare alla **costituzione di una complessa rete di relazioni e di forme di solidarietà** che consente di considerare e valorizzare l'intero potenziale della zona, nonché di arricchire le azioni.

Questo processo può realizzarsi soltanto col tempo.

In misura sempre maggiore, la costituzione di una partnership risulta essere la **condizione necessaria** e quasi imprescindibile per **indurre processi di cambiamento** e di sviluppo che non sono alla portata di un solo soggetto, sia pure istituzionale.



VI/8

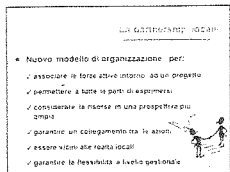
VI/6-7

V.7

LUCIDO 3

La partnership locale

LIVELLO II



La partnership è innanzi tutto un **modello di organizzazione** a livello locale che influenza l'equilibrio istituzionale e politico del territorio. Obbligatoria nell'ambito di LEADER, questa modalità organizzativa viene promossa dalla delega, al livello locale, di una sostanziale parte del lavoro di definizione e di gestione dei programmi d'azione.

La partnership locale deve:

- > **associare intorno ad un progetto comune il complesso delle forze attive presenti nel territorio;**
- > **permettere a tutti** i gruppi di operatori, compresi quelli più isolati, di esprimersi;
- > **considerare in una prospettiva più ampia** le risorse locali ed essere pertanto più aperta ed attenta alle idee innovative;
- > **garantire un efficace collegamento tra le azioni** e integrare diversi approcci settoriali per ottimizzarne le sinergie;
- > **operare quanto più vicino possibile alle realtà locali;**
- > **introdurre la flessibilità** a livello gestionale.

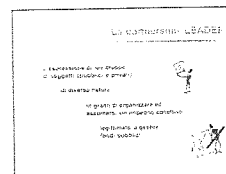
La costituzione di una partnership locale coinvolge **oggetti estremamente diversi** che sovente non erano abituati a lavorare insieme. Un'ampia rappresentatività degli interessi locali all'interno del gruppo di partner consente di creare prospettive globali e multisettoriali e, di conseguenza, di agevolare la diversificazione dell'economia locale.

V.6

LUCIDO 5

La partnership LEADER

LIVELLO I



Nell'ambito di LEADER, la **partnership locale** è l'espressione di un gruppo di **oggetti (pubblici e privati) di diversa natura** che, per la loro legittimità, la conoscenza del territorio, la loro presenza all'interno di reti ed il riconoscimento di cui godono, sono in grado di **organizzare ed assumersi la responsabilità di un impegno collettivo**.

La partnership LEADER ha dovuto dimostrare la sua legittimità a gestire fondi pubblici, a prescindere dalla sua compagine sociale o dalla sua entità giuridica.

La costituzione di una partnership locale può assumere forme estremamente diverse in funzione:

- > della natura e del numero di partner;
- > del contesto che ha portato alla nascita della partnership, delle persone fisiche o degli enti morali che ne sono all'origine;
- > degli obiettivi prefissati;
- > della cultura socioeconomica del territorio interessato (sistema giuridico-amministrativo, normative in vigore, ruolo dei poteri pubblici, prassi istituzionali, esercizio della cittadinanza, ecc.).



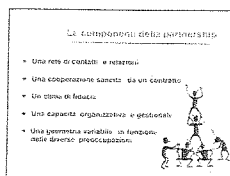
M47, M01

V.8

LUCIDO 6

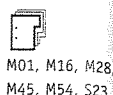
Le componenti della partnership

LIVELLO II



L'organizzazione di una partnership è un processo basato sull'instaurazione di nuovi rapporti tra diverse parti. Essa si realizza col tempo, con momenti collettivi forti, aspetti formali e altri piuttosto informali. Di norma essa è costituita dalle seguenti componenti:

> **Una rete di contatti e relazioni** - La partnership è fondata sull'instaurazione di relazioni tra operatori provenienti da ambienti locali ben definiti (enti locali, gruppi di imprenditori, associazioni di vario tipo, ecc.). Questi partner non rappresentano interessi individuali, ma difendono interessi collettivi. I partner consentono alla partnership locale, costituita secondo i principi dell'impostazione LEADER, di arricchirsi con reti di conoscenze e relazioni più ampie. Inizialmente, in pratica, una partnership LEADER è talvolta soltanto l'embrione di una forma di strutturazione degli operatori locali per la gestione di un programma o a fronte di un problema considerato grave per il territorio. Essa si evolve gradualmente integrando altri soggetti e/o suscitando altre forme di organizzazione nel territorio.

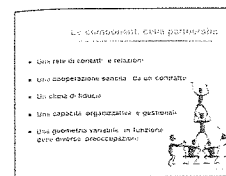


V.9

LUCIDO 6 (CONTINUA)

Le componenti della partnership

LIVELLO II



> **Una capacità organizzativa e gestionale** - L'efficacia dell'organizzazione e della gestione figura tra i principali fattori di successo della partnership locale. La trasparenza del processo decisionale e un'informazione periodica alla popolazione favoriscono il sentimento di fiducia. È inoltre indispensabile la strutturazione della partnership: inizialmente, la gerarchia e la suddivisione delle funzioni tra i partner non sono necessariamente precise ma in seguito, con l'avanzare del progetto di sviluppo locale, esse tenderanno ad affinarsi. La separazione dei ruoli e dei poteri garantisce il corretto funzionamento della "democrazia locale", fondamento di una partnership dinamica. Concretamente, è necessario individuare con precisione chi propone, chi decide, chi realizza e chi finanzia.

> **Un insieme a geometria variabile** - Di fatto, l'apertura della partnership non è dovuta al caso: a seconda dell'origine degli iniziatori, ma anche in funzione di altri fattori, i gruppi si costruiscono una partnership specifica e mirata. Talvolta vi sono elementi che obbligano ad un'apertura verso partner di origini diverse e all'evoluzione, o addirittura alla modifica, degli obiettivi e del contenuto dell'azione. A termine si può giungere ad una "geometria variabile" della partnership, in funzione di diversi tipi di preoccupazione:

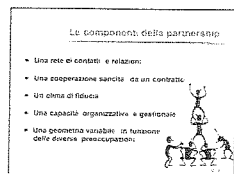
- l'utilità (per raggiungere gli obiettivi prefissati);
- l'interesse (per i risultati attesi);
- l'efficacia (necessaria per garantire un buon esito delle azioni previste);
- la motivazione (che esige di assumersi la responsabilità dei progetti);
- l'adeguamento (alle evoluzioni, indispensabile per garantire la perennità del processo).

V.11

LUCIDO 6 (CONTINUA)

Le componenti della partnership

LIVELLO II



> **Una cooperazione sancita da un contratto** - Per protrarsi nel tempo ed operare in modo coerente, la partnership richiede il rispetto di talune norme di funzionamento. Nella maggior parte dei casi questa associazione di operatori, sia essa temporanea o permanente, viene instaurata in base ad un contratto, rafforzando così la trasparenza all'interno del gruppo, la credibilità all'esterno e l'efficacia dell'intera impostazione. Tuttavia, la composizione della partnership non è immutabile ma si evolve piuttosto in funzione dei bisogni e delle opportunità. La possibilità di accogliere in qualsiasi momento nuovi partner aumenta la credibilità e rafforza la base del programma.

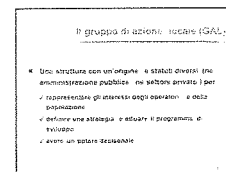
> **Un clima di fiducia** - Creare un clima di fiducia tra i partner è un elemento fondamentale per il corretto funzionamento della partnership, ma anche una sfida costante: in funzione della realtà, degli sviluppi economici, della cultura, dei movimenti dei cittadini, ecc., ciò che era ormai consolidato può rapidamente indebolirsi e rimettere in questione i fondamenti stessi del lavoro collettivo.

V.10

LUCIDO 7

Il gruppo di azione locale (GAL)

LIVELLO I



Nell'ambito di LEADER, la partnership è costituita in "gruppo di azione locale" (GAL).

Il gruppo di azione locale promuove la strategia di sviluppo ed è responsabile della sua attuazione.

> I partner all'interno del GAL rappresentano gli interessi degli operatori socioeconomici e della popolazione locale, i vari settori e le associazioni che intervengono in materia di ambiente, patrimonio, inserimento sociale e culturale, ecc..

> Insieme, essi elaborano una strategia comune e un programma di sviluppo, basandosi su una vasta mobilitazione dell'insieme della popolazione e sulla ricerca di forme di integrazione (coinvolgimento, partecipazione all'impostazione, ricerca "a tappeto" dei progetti, promozione di nuovi contatti, gestione dei conflitti, ecc.).

> Il GAL dispone di un potere decisionale e di un bilancio. Il decentramento dei finanziamenti e delle modalità di gestione non elimina tuttavia le trattative con le autorità regionali o nazionali responsabili dell'applicazione del programma.

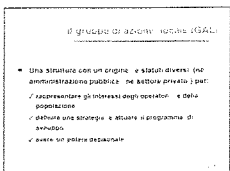


V.12

LUCIDO 7 (CONTINUA)

Il gruppo di azione locale (GAL)

LIVELLO I



Il gruppo di azione locale non corrisponde né ad un'amministrazione pubblica, né al settore privato. Lungi dall'ignorare queste due istanze, tuttavia, esso svolge un ruolo complementare di collegamento e di articolazione e rappresenta una delle specificità più originali e strategiche del programma.

Diverse tipologie di GAL

In funzione del Paese e delle relative consuetudini politico-istituzionali si possono individuare **tre tipi di struttura**:

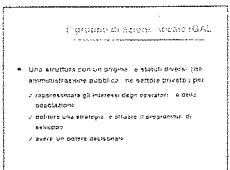
- > nei Paesi che vantano una lunga tradizione di intervento pubblico in materia di sviluppo locale (Belgio, Danimarca, Francia, Austria, Paesi Bassi), i gruppi di azione locale sono stati sovente integrati nelle strutture esistenti;
- > nei Paesi in cui esistevano già alcune forme di concertazione o di partnership locale promosse dalla società civile (Svezia, Finlandia, Regno Unito, Italia), LEADER ha rafforzato tali strutture, formali o informali, o ha dovuto trovarvi una propria collocazione;
- > negli Stati in cui inizialmente non vi era alcuna consuetudine in materia di partnership (Spagna, Portogallo) o non esisteva una forte tradizione di intervento degli enti locali (Irlanda), la costituzione di una partnership locale quale quella promossa da LEADER ha permesso di soddisfare un bisogno locale mediante la creazione di nuove strutture.

V.13

LUCIDO 7 (CONTINUA)

Il gruppo di azione locale (GAL)

LIVELLO I



Inoltre, la composizione e lo "stile dell'approccio" dei gruppi di azione locale rispecchiano la cultura socio-politica delle diverse realtà nazionali e regionali:

- > numerosi GAL sono strettamente legati al settore pubblico (amministrazioni regionali e locali, nonché i servizi che dipendono da tali enti). Questo status permette loro di accedere a numerose risorse. Alcuni gruppi LEADER sono addirittura parte integrante del dispositivo di sostegno allo sviluppo attuato dai poteri politici;
- > altri gruppi LEADER affondano le proprie radici nel tessuto associativo. In linea di massima, la loro azione tende a privilegiare l'animazione, la formazione e il miglioramento delle competenze e delle capacità; essa si orienta sovente verso categorie della popolazione o zone svantaggiate;
- > meno frequenti sono i gruppi promossi o controllati dal settore privato (sebbene la quasi totalità dei GAL integri questo settore nella propria partnership in varie forme). L'intervento di questi gruppi si orienta sovente sui bisogni delle imprese esistenti piuttosto che sulla creazione di nuove attività.

LEADER+

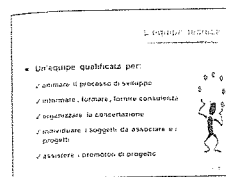
La Comunicazione agli Stati membri rammenta che i gruppi di azione locale LEADER+ devono essere l'espressione equilibrata e rappresentativa dei partner dei vari ambienti socioeconomici del territorio. A livello decisionale, i partner economici e le associazioni devono rappresentare almeno il 50% della partnership locale.

V.14

LUCIDO 8

L'équipe tecnica

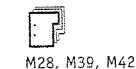
LIVELLO I



Il nucleo permanente del gruppo di azione locale è costituito da un consiglio di amministrazione e da una **équipe tecnica qualificata**, incaricata dell'animazione del progetto di sviluppo territoriale.

La qualità e la percezione che l'équipe tecnica istituita dal gruppo di azione locale ha del proprio ruolo rappresentano due fattori fondamentali:

- > in linea generale, gli agenti di sviluppo o l'équipe tecnica hanno il compito di **animare il processo di sviluppo**: mobilitare, coinvolgere, favorire l'espressione dei soggetti e promuovere un'attiva capacità di ascolto, favorire i rapporti tra gli operatori, ecc.;
- > essi devono **informare, formare, fornire consulenza** e garantire un follow-up presso la popolazione e gli operatori locali;
- > sono in una posizione favorevole per **organizzare il processo di concertazione e**, in taluni casi, di mediazione. Rispetto a quest'ultimo punto, in funzione delle loro competenze e delle situazioni particolari, essi hanno la possibilità di ricorrere a strutture specializzate che operano in tale campo;
- > una delle loro principali missioni consiste nell'**individuare i promotori di progetto**;



M28, M39, M42

E15, M27, T06

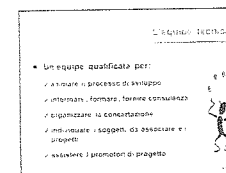
M02, S23

V.15

LUCIDO 8 (CONTINUA)

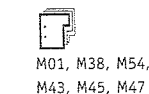
L'équipe tecnica

LIVELLO I



L'équipe, in quanto struttura permanente, ha il compito di **associare i soggetti chiave** per garantire un corretto svolgimento dei progetti e, in linea più generale, promuovere l'integrazione degli operatori e dei settori a qualsiasi livello;

> gli agenti di sviluppo **assistono i promotori di progetto** e individuano forme di sostegno appropriate in funzione delle specificità dei progetti e dei problemi che sorgono. Si nota che i "tecnici" o gli "agenti di sviluppo" che compongono l'équipe LEADER sono di norma giovani e provengono da orizzonti estremamente diversi per quanto riguarda il loro percorso formativo (scienze economiche, assetto del territorio, geografia, agraria, ecc.). Oltre ad una formazione continua specializzata in sviluppo locale (questa formula si è sostanzialmente diffusa negli ultimi anni), la personalità dell'agente di sviluppo e la coesione all'interno dell'équipe tecnica sono elementi fondamentali per il successo delle attività di animazione e l'accompagnamento dei progetti.

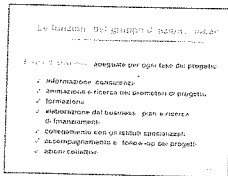


M01, M38, M54, M43, M45, M47

T06

M01, S26

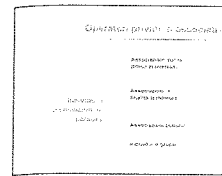
V.16



In tutte le fasi del progetto emergono bisogni specifici che richiedono **adeguate forme di assistenza** da parte dei gruppi di azione locale, in collaborazione con altri soggetti e organismi di sostegno pubblici, privati o del mondo associativo. Queste **forme di sostegno** possono essere:

- > **accoglienza, informazione e consulenza;**
- > **animazione e ricerca dei promotori di progetto;**
- > **formazione dei promotori di progetto** (miglioramento delle competenze, ampliamento della riflessione tramite un processo collettivo, ecc.);
- > **aiuto all'elaborazione del business plan** e alla ricerca di finanziamenti;
- > **funzione di collegamento** con gli istituti specializzati (centri di ricerca, esperti nel settore delle tecnologie, ecc.);
- > **accompagnamento e follow-up;**
- > **azioni collettive.**

V.17

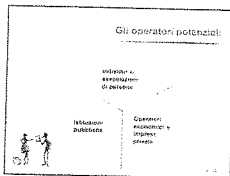


Lucido 11

Ogni categoria è composta da un certo numero di gruppi di operatori:

- per quanto riguarda gli individui o le associazioni di persone (Lucido 11)**
- > associazioni per la difesa di interessi (sindacati, associazioni di categoria);
 - > associazioni a finalità territoriale (associazioni per lo sviluppo locale, associazioni ambientaliste, ecc.);
 - > associazioni culturali, sociali, religiose, ecc.;
 - > individui o gruppi (gruppi informali, privati, ecc.).

V.19



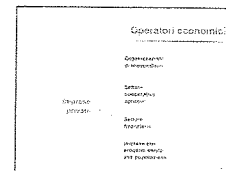
Lucido 10

Il gruppo di azione locale LEADER interessa di norma tre **grandi categorie di partner potenziali**:

- > **gli individui o le associazioni di persone;**
- > **gli operatori economici e le imprese private;**
- > **le istituzioni pubbliche.**

Al II livello di presentazione, i lucidi da 11 a 13 consentono di illustrare in dettaglio l'insieme di questi soggetti potenziali in base alla loro tipologia: operatori privati e associativi (LUCIDO 11), operatori economici e finanziari (LUCIDO 12), soggetti pubblici (LUCIDO 13). In funzione del tempo disponibile e degli obiettivi dell'intervento, la loro proiezione potrà rivelarsi utile per analizzare la situazione delle forze attive che si rivelano essenziali nella zona in esame.

V.18



Lucido 12

per quanto riguarda gli operatori economici e le imprese private (Lucido 12)

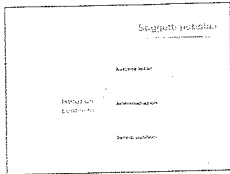
- > organizzazioni di imprenditori (associazioni commerciali e industriali, grandi aziende presenti nel territorio);
- > settore cooperativo agricolo (cooperative, unioni di cooperative);
- > settore finanziario (banche, casse rurali, ecc.);
- > imprese che erogano servizi alla popolazione (servizi culturali, giornali, emittenti radiofoniche e televisive, servizi non culturali, ecc.).

V.20

LUCIDI 10-13 (CONTINUA)

Gli operatori potenziali

LIVELLO II



lucido 13

per quanto riguarda le istituzioni pubbliche (lucido 13)
 > autorità locali (comuni, consorzi intercomunali, ecc.);
 > amministrazioni (locali, regionali, servizi distaccati delle amministrazioni nazionali);
 > servizi pubblici (servizi socio-sanitari, trasporti; scuole, università, ecc.).

V.21

LUCIDI 14-19 (CONTINUA)

La partnership, motore dell'innovazione

LIVELLO II

	Le sensibilità	I punti di vista	Gli interessi	Le capacità di mobilitare	Il know-how
ASSOCIARE					
PARTNER DIVERSI	Individui ed ambienti associativi	agli aspetti sociali e culturali	dell'ascolto e del dialogo	per gli individui, la qualità della vita	le risorse umane animazione della riflessione
	Imprese	agli aspetti economici	del fattore tempo/efficacia	per i mercati, la redditività economica	le risorse finanziarie e i patrimoni privati gestione e realizzazione
	Istituzioni pubbliche	agli aspetti politici ed istituzionali	dell'interesse generale	per l'assetto e le infrastrutture del territorio (sul piano economico, culturale, ecologico)	le risorse finanziarie e i patrimoni pubblici sostegno istituzionale
CONSENTE DI OTTENERE	letture del territorio più approfondite, che mettono in luce opportunità insospettite	nuove associazioni di idee, che generano innovazioni	progetti più "maturi", che integrano gli interessi dei diversi gruppi sociali e creano coesione sociale	un'attuazione più efficace, che garantisce una migliore gestione dei rischi	una migliore perpetuazione delle azioni, che si fonda su una capacità di rinnovamento permanente

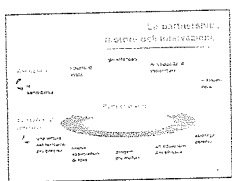
V.23

LUCIDI 14-19

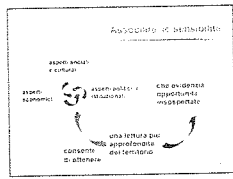
La partnership, motore dell'innovazione

LIVELLO II

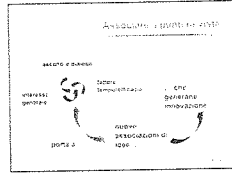
La tabella ricapitolativa (lucido 14) viene declinata in cinque lucidi (da 15 a 19):



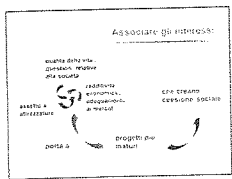
lucido 14



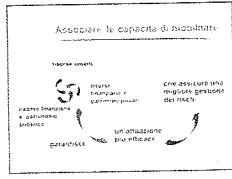
lucido 15



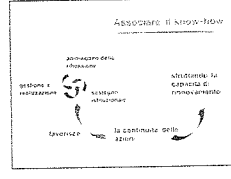
lucido 16



lucido 17



lucido 18



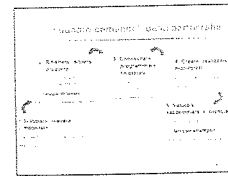
lucido 19

V.22

Lucido 20

Il "quadro comandi" della partnership

LIVELLO II



Lungi dall'essere una struttura immutabile, la partnership locale si evolve in funzione del processo di sviluppo che può essere suddiviso in cinque fasi.

Sullo schema sono stati indicati in modo sintetico, per ciascuna fase:

- > le parole chiave che caratterizzano la fase in questione;
- > il tipo di partner che è essenziale coinvolgere;
- > la forma di organizzazione predominante durante tale fase;
- > il principale elemento che favorisce un maggiore dinamismo o il tipo di motivazione evidenziata.

V.24

LUCIDO 20 (CONTINUA)

Il "quadro comandi" della partnership

LIVELLO II

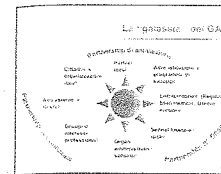
Sviluppo e partnership

Fasi	1	2	3	4	5
Carattere della partnership	Iniziare, rilevare, mobilitare	Riflettere, situarsi, proporre	Convalidare, programmare, finanziare	Creare, realizzare, monitorare	Valutare, appropriarsi, rilanciare
Partner essenziali	Un numero limitato di individui o di organismi partecipanti	Rappresentanti istituzionali e di categoria, risorse della società civile	Finanziatori e investitori, banche e gestori, varie amministrazioni	Promotori di progetto individuali o collettivi	Partecipanti diretti e indiretti di un territorio e di filiere di produzione
Forma organizzativa	Organizzazione informale basata sul volontariato	Gruppi di lavoro basati su obiettivi o temi	Concertazione istituzionale basata sull'accordo	Impegno personale basato su un obbligo di risultati e su un contratto	Gruppo strategico basato sull'identità e la ricerca del bene comune
Gli impulsi del dinamismo	Attivismo, utilità	Cooperazione, interesse	Competenza, efficacia	Responsabilità, motivazione	Integrazione, cittadinanza
Difficoltà o limiti dovuti alla composizione della partnership	Iniziativa spontanea, talvolta vissuta male dalle istituzioni e/o dalla popolazione. Fragilità dovuta al ridotto numero di persone implicate.	Pressioni corporativistiche, egemonia di istituzioni o di settori di attività specifici	Riduzione alle logiche istituzionali e ai vincoli finanziari	Soffocamento in una dinamica di progetto che si affievolisce	Dispersione dell'azione e mancanza di leggibilità dell'interesse delle azioni globali

LUCIDO 21 (CONTINUA)

La "galassia" del GAL

LIVELLO II



> una **partnership di finanziamento e di gestione**, il cui oggetto è strettamente connesso con l'assegnazione, la ripartizione e l'utilizzo di uno stanziamento finanziario. Questo tipo di partnership scaturisce di norma da un'opportunità congiunturale (programma, finanziamento eccezionale, ecc.) ed è limitata nel tempo e nel suo oggetto. Segue una logica di progetto (trovare e associare fornitori di mezzi e di know-how intorno alla realizzazione concreta di un'operazione). Questa partnership rientra in un'ottica meramente tecnico-economica;

M01, M38, S23

> una **partnership specializzata** che interviene sporadicamente, in funzione dei bisogni del progetto di territorio, in ambiti diversi: formazione, diffusione delle informazioni, organizzazione della consultazione, studi di fattibilità, ricerca sui prodotti, assistenza tecnica, ecc.

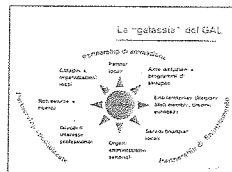
M45, E32

V.27

LUCIDO 21

La "galassia" del GAL

LIVELLO II



Le partnership costituite dal **gruppo di azione locale** si evolve per adeguarsi alle varie fasi e alle esigenze del processo di sviluppo. Potendo contare su una vera e propria "galassia" di potenziali partner (si vedano i lucidi da 14 a 19), potrà essere di volta in volta:

> una **partnership di animazione** dello sviluppo, che punta alla costruzione di un progetto di società. Essa poggia su un'impostazione pedagogica e mobilitante. È finalizzata ad una presa di coscienza dei cittadini, ad un cambiamento dei comportamenti e ad un impegno responsabile del maggior numero possibile di persone. La partnership di animazione dello sviluppo è estremamente variegata e si evolve col tempo. Essa è inoltre costantemente condizionata dalla partnership di **gestione** che soddisfa necessità specifiche: l'efficacia gestionale, il bisogno di finanziamento dei progetti, le pressioni di natura amministrativa e politica, le procedure di valutazione, ecc.;

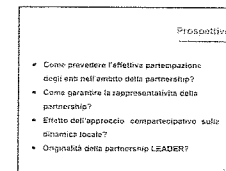
M01, M38, M47
T31

V.26

LUCIDO 22

Prospettive

LIVELLO II



Come (con quale metodo) prevedere un'effettiva partecipazione al processo consultivo e decisionale dei soggetti indicati qui di seguito?

1. Enti locali
2. Stato/Regione
3. Rappresentanti di categoria
4. Settore cooperativo
5. Settore associativo
6. Agenti di sviluppo
7. Settore finanziario
8. Altro

La partnership locale garantisce una sufficiente **rappresentatività** dei vari operatori e degli interessi presenti nel territorio? Considera le pari opportunità?

L'approccio basato sulla partnership si concretizza con:

1. Un processo decisionale locale più forte?
2. Consensi più frequenti per quanto riguarda le scelte attuative?
3. Una maggiore coerenza delle azioni?
4. Stimoli alle iniziative collettive?
5. Un effetto dimostrativo per altre istituzioni?
6. La realizzazione di progetti che, altrimenti, non sarebbe stato possibile attuare?

Qual è il **valore aggiunto** della partnership LEADER rispetto ad altre forme di partnership?

V.28

CAPITOLO VI

L'innovazione

schema del capitolo

Lecido 1	Presentazione	Livello I
Lecido 2	Innovazione in materia di sviluppo rurale	Livello I
Lecido 3	L'innovazione nell'ambito di LEADER II	Livello I
Lecido 4	Il carattere pilota della strategia nell'ambito di LEADER+	Livello I
Lecido 5	Imparare dall'innovazione	Livello II
Lecido 6	Plausazione, un processo	Livello II
Lecido 7	La dimensione temporale: il ciclo del progetto	Livello II
Lecido 8	Le dimensioni spaziali	Livello II
Lecido 9	Le dimensioni istituzionali	Livello II
Lecido 10	Il ruolo delle reti locali	Livello II
Lecido 11	Alcune fasi di intervento	Livello II
Lecido 12	Integrazione e sincretismo	Livello II
Lecido 13	Conclusioni	Livello II

riferimenti



Booster dell'Innovazione

- N. 2: Innovazione e sviluppo rurale (1997)
- N. 3: Integrazione gli insegnamenti di LEADER nelle future politiche rurali (1999)

Guide

- Guida metodologica per l'analisi di un'azione innovativa (1996)
- Guida metodologica per l'analisi dei bisogni locali in materia di innovazione (1996)
- Il sostegno alle nuove attività nelle zone rurali (1998)

LEADER Magazine

- N. 16: Speciale convegno LEADER
- "Terza nuova iniziativa comunitaria per lo sviluppo rurale: l'Iniziativa Leader" (settembre 1994-1998)
- N. 20: Il valore aggiunto di LEADER (Estate 2000)-VI, 4

CAPITOLO VII



Comunicazioni della Commissione europea sugli Stati membri

1990-91

Comunicazione agli Stati membri secondo le decisioni per il 1990-91 (in materia di sovvenzioni globali) e per programmi specifici integrati sulla base di richieste coordinate che gli Stati membri sono invitati a presentare nell'ambito di un'iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale - LEADER II (Ludiano Ende actions in Développement de l'économie Rurale - Colloquio fra attori in sviluppo dell'economia rurale). Rif. 94/C180/12

LEADER+

Comunicazione della Commissione europea agli Stati membri del 14 aprile 2000 recante gli orientamenti per l'iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale (LEADER+). Rif. 2000/C159/05

Booster LEADER II

Collana "Innovazione in ambito rurale"

- N. 4: La valutazione del valore aggiunto nell'approccio LEADER (1990)
- N. 6: Costruire una strategia di sviluppo territoriale alla luce dell'esperienza LEADER - Fascicolo n. 2: La competitività sociale (2000)

riferimenti

riferimenti



Dossier LEADER I

Dossier tecnici

- Il turismo al servizio dello sviluppo rurale (1993)
- Coinvolgere la popolazione nello sviluppo locale (1993)
- La gestione del progetto locale (1994)
- La valorizzazione delle risorse agricole locali (1994)
- La diagnosi territoriale e la realizzazione di un progetto di sviluppo (1994)
- Analisi dell'impatto del progetto di sviluppo (1994)
- Il sostegno alle piccole e medie imprese rurali (1994)
- Commercializzare un turismo rurale di qualità (1994)



Esempi

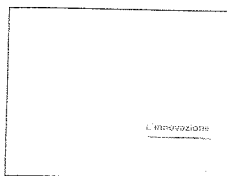
Schede "azioni innovative"

- E10 - E15 - E23 - E24 - E32 - E32 - M01 - M02 - M06 - M08 - M14 - M16
- M18 - M25 - M27 - M28 - M36 - M38 - M39 - M43 - M45
- M47 - M50 - M53 - M54 - P03 - P04 - P17 - P22 - P23 - P37 - P53
- S18 - S23 - S27 - S32 - S39 - T09 - T31

LUCIDO 1

L'innovazione

LIVELLO I



"Innovazione" è un termine complesso. In questo caso esso si applica:
 > all'ideazione della stessa **impostazione LEADER**;
 > al modo in cui esso viene declinato dai gruppi di azione locale;
 > e, innanzi tutto, al carattere innovativo delle **azioni** intraprese nell'ambito del programma.

Sebbene questa tripla dimensione sia onnipresente nella presentazione dell'impostazione, questo capitolo verte essenzialmente sul carattere innovativo delle **azioni** sperimentate nell'ambito di LEADER.

A prescindere dalla loro situazione, nella maggior parte delle zone rurali che hanno partecipato all'esperienza LEADER si osserva una componente di innovazione, in una qualsiasi forma, a diversi livelli. A tale proposito si possono citare:

- > i nuovi giacimenti occupazionali,
- > il sostegno alle microimprese,
- > i collegamenti instaurati tra operatori e settori,
- > la valorizzazione dell'ambiente in quanto leva dello sviluppo,
- > un migliore adeguamento dei servizi,
- > nuovi atteggiamenti e nuove pratiche per quanto riguarda la democrazia locale (nuove forme di organizzazione collettiva, nuove modalità per l'organizzazione delle conoscenze, ecc.),
- > una nuova prospettiva nel considerare le risorse del territorio,
- > la ricostituzione di un'identità territoriale,
- > l'introduzione di nuove forme di organizzazione finanziaria e di gestione delle politiche pubbliche.



II.V



M36, M47, P23

M43, P17

M14, M25, P22, T0

E15, E32

S32, S39

E10, E24, P04, T31

M18, M54

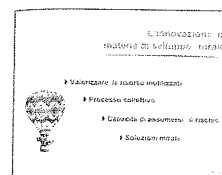
M53, P53, S23, S27

VI.5

LUCIDO 2 (CONTINUA)

L'innovazione in materia di sviluppo rurale

LIVELLO I



c) **dalla capacità di assumersi il rischio** della sperimentazione e del cambiamento, che si concretizza con:

- > il sostegno all'assunzione di rischi (finanziamento, responsabilizzazione degli operatori in tutte le fasi del processo, ricorso ai centri e agli istituti di ricerca, ecc.);
- > il sostegno a iniziative che favoriscono il cambiamento (creazione di sinergie) e una "nuova cultura" locale;

d) **nella capacità di fornire soluzioni mirate in funzione**

- 1) dei bisogni dei territori rurali (esplorazione di nuove idee, creazione di abbinamenti originali di nuovi strumenti);
- 2) dell'evoluzione del contesto globale.



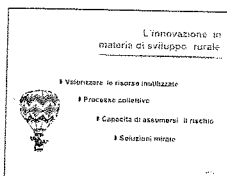
VI/4

VI.7

LUCIDO 2

L'innovazione in materia di sviluppo rurale

LIVELLO I



Percepire il carattere innovativo di un'azione di sviluppo rurale non è facile. Esso dipende dalla situazione geografica, economica, sociale, culturale ecc. del territorio. Di norma, il contesto globale pone i territori rurali di fronte a nuove sfide: la valorizzazione delle nuove opportunità (non sempre facili da individuare) che richiede volontà, creatività, concertazione locale; una nuova prospettiva nel considerare le risorse del territorio e la capacità di individuare idee e potenziali promotori di progetti innovativi.

L'innovazione in materia di sviluppo rurale è rappresentata:

- a) **dalla possibilità di valorizzare risorse** specifiche inutilizzate, abbandonate o sotto-utilizzate - innovare, infatti, non significa reinventare tutto, ma implica anche, e soprattutto, la necessità di sfruttare gli elementi esistenti ed utilizzare in modo diverso il know-how, le conoscenze, le risorse e le strutture, riconsiderando inoltre il ruolo degli operatori e dei soggetti coinvolti;
- b) **da un processo collettivo** che consiste nel riconoscere e nel poter contare su un gruppo che promuove un progetto e una nuova visione, nell'avviare iniziative di apprendimento collettivo, nell'introdurre e commercializzare prodotti e servizi inediti, ecc.;



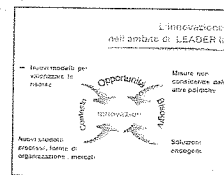
II/2

VI.6

LUCIDO 3

L'innovazione nell'ambito di LEADER II

LIVELLO I



Nell'ambito di LEADER II, la Commissione europea definisce l'innovazione come un concetto volto a "sostenere operazioni innovative, dimostrative e trasferibili che devono illustrare i nuovi orientamenti che lo sviluppo rurale dovrà seguire".

La "novità" si definisce rispetto al **contesto**, ai **bisogni** e alle **opportunità** del territorio. A livello locale, un'attività è considerata "nuova" se non esisteva in precedenza o se era poco comune nella zona interessata; essa non deve essere necessariamente nuova altrove. Sono considerate "innovazioni" tutte le azioni in grado di produrre un effetto moltiplicatore sul complesso del territorio interessato, aprendo al contempo nuove prospettive di sviluppo a lungo termine.



I/7

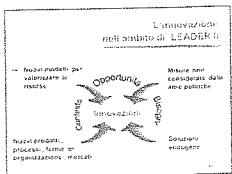
VII/3

VI.8

LUCIDO 3 (CONTINUA)

L'innovazione nell'ambito di LEADER II

LIVELLO I



A titolo di esempio, la Commissione europea proponeva una serie di temi innovativi:

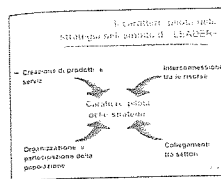
- > misure preventive connesse all'impatto della riforma della Politica agricola comune, compresi gli aspetti ambientali e le energie rinnovabili;
- > applicazione delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione in ambiente rurale;
- > messa a disposizione di servizi adeguati alla scarsa densità di popolazione;
- > concezione e commercializzazione di nuovi prodotti e di nuovi servizi;
- > creazione di posti di lavoro in ambiente rurale, compreso l'inserimento delle persone in difficoltà;
- > creazione e divulgazione di attività culturali in ambiente rurale come fattore di identità locale e di attrazione turistica;
- > sensibilizzazione della popolazione rurale agli obiettivi dello sviluppo e alle proprie capacità di iniziativa.

VI.9

LUCIDO 4

Il carattere pilota della strategia nell'ambito di LEADER+

LIVELLO I



Con LEADER+, la Commissione europea intende contribuire ad impostazioni di sviluppo rurale originali e ambiziose che approfondiscano la sperimentazione avviata con LEADER I e II.

Il carattere "pilota" verrà valutato in base alla **strategia** di sviluppo illustrata nell'ambito di ciascun piano di sviluppo. Essa dovrà proporre i mezzi che consentono di imboccare nuove vie di sviluppo sostenibile; il carattere di novità è definito rispetto alle pratiche del passato nel territorio in questione.

Il concetto di "strategia pilota" può essere definito in base ai seguenti criteri indicativi:

- > **nascita di nuovi prodotti e servizi** che includono le specificità locali;
- > **nuovi metodi atti ad interconnettere** le risorse umane, naturali e/o finanziarie del territorio ai fini di un migliore sfruttamento del suo potenziale endogeno;
- > **interconnessioni tra settori economici** tradizionalmente distinti (approccio integrato);
- > formule originali di **organizzazione e partecipazione delle comunità locali** alla fase decisionale e attuativa del progetto.



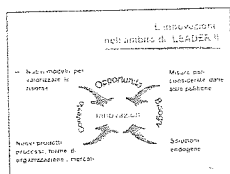
VII/2
IV/3

VI.11

LUCIDO 3 (CONTINUA)

L'innovazione nell'ambito di LEADER II

LIVELLO I



Sul campo, ciò si concretizza con:

- > azioni volte a rinnovare e ad aggiornare i **modelli di valorizzazione delle risorse locali**. Può trattarsi, ad esempio, dell'individuazione di "nicchie" di mercato e della creazione di una domanda solvibile per prodotti e servizi locali, oppure della diversificazione di un'attività quando su un determinato settore gravano pesanti minacce;
- > misure **non considerate dalle altre politiche** o misure **complementari** ad altri programmi. Ad esempio, in molti casi l'animazione e il coinvolgimento delle risorse scaturiscono da azioni condotte con il sostegno di LEADER, mentre la realizzazione concreta delle azioni viene finanziata da altri programmi. Autorizzando e promuovendo gli investimenti "immateriali", LEADER consente di rafforzare il settore sociale, culturale e ambientale, di norma trascurati dagli altri programmi;
- > azioni che forniscono **soluzioni endogene ai problemi e alle carenze delle zone rurali**: ricerca di soluzioni "in situ" per problemi che, non avendo trovato un'adeguata risposta istituzionale, avevano suscitato un sentimento di sfiducia o un certo fatalismo (servizi, trasporti, ecc.);
- > innovazioni tecnologiche (**nuovi prodotti, processi, forme di organizzazione o mercati**).

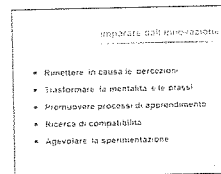
Questi interventi consentono di abbinare in modo nuovo conoscenze tradizionali locali e tecnologie disponibili altrove.

VI.10

LUCIDO 5

Imparare dall'innovazione

LIVELLO II



La creatività non si esprime soltanto nell'azione in sé, ma anche nel modo in cui tale azione viene attuata: la produzione alimentare in base a ricette tradizionali, ad esempio, è alla portata di qualsiasi impresa. Ma se le ricette fanno parte della cultura gastronomica di un territorio ed alcuni operatori decidono di allestire una "cucina collettiva" realizzando personalmente i test di qualità per accedere al mercato, l'azione esce allora dagli schemi tradizionali e diventa fonte di apprendimento e di coesione.

Affermare la volontà di lavorare sull'innovazione significa porsi in un'ottica diversa e avviare un processo che consiste:

- > **nel rimettere in causa le percezioni**, i risultati e le certezze e nel costruire una visione globale delle risorse, delle potenzialità e delle aspettative, basandosi sull'approccio territoriale, compartecipativo e ascendente;
- > **nel trasformare la mentalità e le prassi** (ad esempio, "valorizzare" le risorse endogene invece di "sfruttarle" senza tener conto delle ripercussioni che questa azione esercita sulla sostenibilità della risorsa in questione o sul paesaggio; puntare sul riconoscimento della cultura locale per rinsaldare le identità collettive, ecc.);



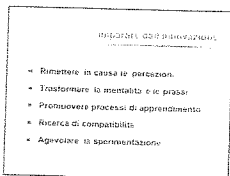
M01, M06, M08
E15, M47

VI.12

LUCIDO 5 (CONTINUA)

Imparare dall'innovazione

LIVELLO I



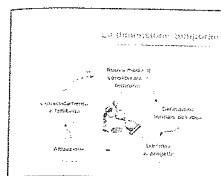
- > nel **promuovere processi di apprendimento** (ad esempio favorire gli scambi, soprattutto tramite corsi di formazioni-sviluppo, la partecipazione alla definizione dei criteri di selezione dei progetti, ecc.);
- > nell'**associare elementi che sembrano scarsamente compatibili** (ad esempio, conciliare ambiente e sviluppo economico, introdurre le norme europee tutelando al contempo le specificità locali, ecc.). Questo sforzo può contribuire a superare ostacoli e difficoltà, a liberare economie locali penalizzate dalla dispersione delle risorse e da un sostegno istituzionale frammentato);
- > nell'**agevolare la sperimentazione** di soluzioni su scala ridotta, con costi contenuti, prima di passare ad un livello più ampio. Rispetto al termine "innovativo", il termine "pilota" ha una connotazione più forte di "trasferibilità". Ed è proprio in questo che può risiedere il limite del processo innovativo: la difficoltà di applicare in un contesto più ampio esperienze che si sono rivelate probanti in situazioni particolari.

VI.13

LUCIDO 7

La dimensione temporale: il ciclo del progetto

LIVELLO II



Qualsiasi progetto relativo alla creazione di un'attività, di un prodotto o di un servizio si evolve seguendo un **ciclo di vita** che può essere suddiviso in 5 fasi.

- > **Fase 1: un nuovo modo di considerare il territorio** - l'idea non si crea dal nulla: nella maggior parte dei casi essa scaturisce dalla capacità di un "esploratore", di un "pioniere", di leggere il contesto in un'ottica nuova e di individuare nuove prospettive di sviluppo e soluzioni iniziali. Nell'impostazione LEADER questo pioniere può essere un soggetto collettivo analogo al GAL o un'istituzione, un'impresa o un singolo individuo.
- > **Fase 2: la definizione formale dell'idea** - l'idea acquisisce una vera e propria consistenza soltanto quando acquista una dimensione sociale. Il pioniere può percepire il bisogno di condividerla e confrontarla per verificarla, arricchirla e delinearla in modo più formale. Egli cercherà pertanto di suscitare una presa di coscienza collettiva e si potrà così costituire un gruppo di iniziatori.
- > **Fase 3: dall'idea al progetto** - una volta che l'idea sarà stata formulata e il gruppo di iniziatori sarà stato costituito potrà eventualmente prendere forma un progetto. Gli iniziatori cercheranno di creare altre alleanze o di costituire una partnership sufficientemente ampia e idonea all'azione pianificata. Il passaggio da "iniziatori" a "promotori" di progetto si traduce sovente con un aumento del numero di persone e di istituzioni che partecipano al processo. Nel corso di questa fase, i ruoli dei partner si delineano con maggiore precisione.



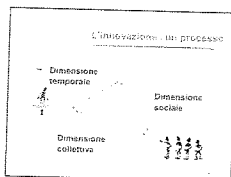
M43, M14, M16

VI.15

LUCIDO 6

L'innovazione, un processo

LIVELLO II



Nell'ambito di LEADER l'innovazione viene definita essenzialmente come un processo.

- L'innovazione può essere analizzata in funzione di tre componenti:
- > la **dimensione temporale**, che può essere assimilata ad un **ciclo di progetto** (lucido 7);
 - > la **dimensione sociale** (lucido 8);
 - > la **dimensione collettiva** (lucido 9).



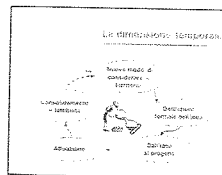
VI/7-9

VI.14

LUCIDO 7 (CONTINUA)

La dimensione temporale: il ciclo del progetto

LIVELLO II



> **Fase 4: attuazione** - a questo stadio si presuppone che i partner abbiano soddisfatto le condizioni necessarie per realizzare il progetto. Ciò implica una stretta collaborazione tra tutti i soggetti in grado di soddisfare le esigenze della fase attuativa (analisi dei potenziali mercati, know-how, manodopera, impianti e attrezzature, capitali, poteri decisionali, ecc.). Prima di passare alla fase di attuazione vera e propria è necessario valutare i vantaggi, gli inconvenienti e i rischi del progetto.

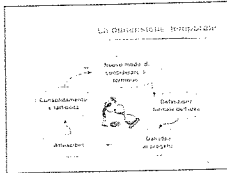
> **Fase 5: consolidamento e fattibilità** - poiché i progetti richiedono mezzi e risorse, dovranno generalmente orientarsi verso una domanda solvibile. In questo caso la fattibilità si pone in termini **economici e commerciali** e dipenderà dalla loro capacità di adeguarsi alla domanda e/o dalla capacità di creare una domanda propria. Questo aspetto implica un contatto diretto con il mercato, ricorrendo a reti di consumatori e/o di distributori. In altri casi, la domanda si pone in termini di prodotti o servizi non commerciali né finanziari, come ad esempio le azioni di animazione. La solvibilità della domanda dipende allora dalla capacità e dalla volontà degli operatori pubblici e privati di garantire la continuità del finanziamento o dal consenso in merito all'utilità collettiva di tale azione.

VI.16

LUCIDO 7 (CONTINUA)

La dimensione temporale: il ciclo del progetto

LIVELLO II



Le cinque fasi descritte rappresentano il percorso ideale per un'azione innovativa riuscita. Nella realtà, tuttavia, ogni singola tappa comporta elevati rischi di fallimento e soltanto un ristretto numero di azioni si conclude con esito positivo.

Naturalmente varia anche la durata delle singole fasi, in quanto il progetto può implicare alcune "battute di arresto" per ripartire più efficacemente in seguito.

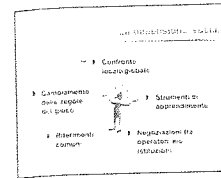
Si noti, infine, che durante l'intero processo sono necessari dispositivi di valutazione e di follow-up.

VI.17

LUCIDO 8 (CONTINUA)

La dimensione sociale

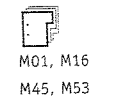
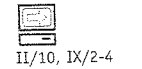
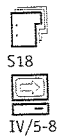
LIVELLO II



3. La **negoiazione tra operatori e/o istituzioni** - l'instaurazione di legami e collegamenti tra operatori e/o istituzioni che intervengono abitualmente in modo isolato suscita inevitabilmente delle tensioni. Le principali difficoltà da superare sono rappresentate da una certa reticenza (timore di perdere i vantaggi acquisiti, incertezza di fronte al cambiamento, ecc.) o da divergenze di interessi (tra interessi individuali o corporativistici e l'interesse generale); gli operatori, sia pubblici che privati, sono sovente più sensibili al breve termine. In questo caso sono necessari periodi di stabilizzazione con azioni di negoziazione o mediazione. La negoziazione potrà concludersi con successo soltanto creando un clima di fiducia e considerando i rapporti di forza e le diverse sensibilità.

4. La creazione di nuovi **riferimenti comuni** - i riferimenti comuni sono elementi condivisi da tutte le componenti di un gruppo sociale (famiglia, impresa, istituzione, comunità locale, territorio, ecc.). Essi determinano il comportamento sociale di ciascuno all'interno del gruppo. La consapevolezza di condividere questi riferimenti comuni è un fattore di coesione fondamentale.

5. Il **cambiamento delle regole del gioco** - innovazione significa anche decentrare una parte dei finanziamenti e delle modalità di gestione, nonché avvicinare al livello locale il processo decisionale condiviso con nuovi partner.

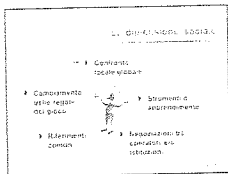


VI.19

LUCIDO 8

La dimensione sociale

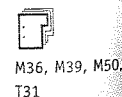
LIVELLO II



Sul piano sociale, il processo innovativo implica le seguenti dinamiche:

1. il **confronto tra "locale" e "globale"** - l'innovazione porta sovente a considerare il territorio sotto una nuova luce. Da un lato rivela il valore di ciò che è specifico al territorio, dall'altro mostra qualsiasi inadeguatezza del territorio all'evoluzione del mondo esterno (mercati, quadri normativi, tecnologie, risorse umane, ecc.).

2. La creazione di **strumenti di apprendimento** - l'innovazione permette di fissare e di diffondere sistematicamente nuove conoscenze, sia in modo informale tra i soggetti coinvolti, sia in modo formale, in particolare mediante processi di formazione.

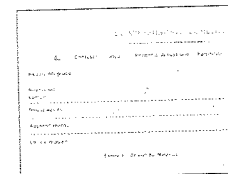


VI.18

LUCIDO 9

La dimensione collettiva

LIVELLO II



La dimensione collettiva è il risultato delle due dimensioni precedentemente analizzate: nella sua fase di costruzione, il processo innovativo ha un effetto trainante.

L'innovazione è inizialmente virtuale, inesistente o suscita polemiche. Ma è sovente in questa fase che devono essere prese decisioni importanti in merito alla ricerca, la strategia politica, l'attribuzione delle risorse umane e materiali. Saranno pertanto la competenza e la determinazione degli operatori che consentiranno al progetto innovativo di prendere forma. In questo modo l'innovazione potrà radicarsi sul campo, generare alleanze che non potranno più essere rimesse in discussione in un secondo tempo. L'innovazione, pertanto, tende a stabilizzarsi progressivamente.

Il progetto "Or Vert du Magnoac" (lucido 9), volto a valorizzare e a commercializzare le produzioni agroalimentari del Magnoac, un piccolo territorio dei Pirenei francesi, è un buon esempio per illustrare tale effetto:

l'azione tendeva a valorizzare su più ampia scala il *foie gras*, un prodotto tradizionale della regione. Per passare da un'attività di trasformazione a conduzione familiare ad un processo su più ampia scala erano necessari un mattatoio e un conservificio conformi alle norme dell'Unione europea.

L'analisi della realtà locale rispetto al contesto globale (confronto) evidenzia nuove sfide per il territorio. (1)



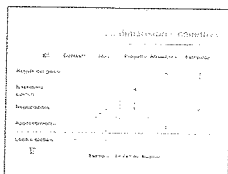
P03

VI.20

LUCIDO 9 (CONTINUA)

La dimensione collettiva

LIVELLO II



Nel 1985, otto agricoltori costituiscono una Cooperativa per l'uso in comune di macchinario agricolo (CUMA), al fine di creare la struttura necessaria per raggiungere gli standard qualitativi richiesti.

Per risolvere il problema, le idee ipotizzate implicano l'introduzione di nuove regole del gioco. (2)

Nel 1987 le autorità locali commissionano uno studio tecnico che consente di ottenere il certificato di conformità alle norme dell'Unione europea per la catena di macellazione e il conservificio.

Le regole del gioco saranno convalidate soltanto dopo nuovi cicli di apprendimento che consentiranno di formalizzare un progetto. (3)

Gli agricoltori allestiscono una struttura collettiva di trasformazione e commercializzazione, l'associazione "L'Or Vert du Magnoac", che registra il marchio "Fermes du Magnoac", creando così un nuovo "riferimento comune".

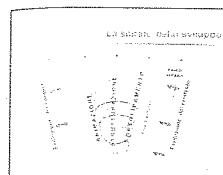
La configurazione del progetto approvato richiede una nuova fase di concertazione con le potenziali parti interessate. (4)

VI.21

LUCIDO 10

La spirale dello sviluppo

LIVELLO II



Come si è visto, i processi di innovazione e di sviluppo rurale sono per lo stesso natura complessi, in quanto scaturiscono dall'interazione di molteplici azioni complementari, realizzate da diversi operatori.

Nell'ambito di questo processo il territorio si evolve e si organizza. Questa evoluzione dei territori rurali può essere rappresentata graficamente con una spirale.

La spirale dello sviluppo dei territori rurali evidenzia un'evoluzione progressiva per fasi. Ogni fase - che corrisponde ad una spirale - è possibile **combinando azioni di animazione, di strutturazione e di consolidamento**:

> le **azioni di animazione** tendono ad **instaurare collegamenti** tra la popolazione, gli operatori economici o i soggetti istituzionali; ad individuare le potenzialità; a suscitare o a rinforzare un sentimento di fiducia tra gli operatori locali valorizzando i loro punti di forza e quelli del territorio. La partecipazione della popolazione alla realizzazione delle diagnosi territoriali è il risultato di questa impostazione;

> le **azioni di strutturazione** sono finalizzate a modificare, in base ad un'azione specifica limitata nel tempo, il contesto materiale o immateriale del territorio per renderlo più idoneo alla creazione di attività (ad esempio, l'introduzione di una carta di qualità o l'allestimento di sentieri escursionistici);

> le **azioni di consolidamento** rientrano in linea di massima in un quadro imprenditoriale o istituzionale. Esse tendono a garantire la continuità di un'attività **economica** in settori diversi.

M02, M06

M16, M28, M43

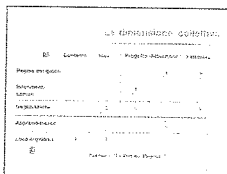
M27, P37

VI.23

LUCIDO 9 (CONTINUA)

La dimensione collettiva

LIVELLO II



Il numero di affiliati sale a 40 soci produttori nel raggio di 100 km; il conservificio e il mattatoio vengono ampliati.

Nelle fasi di attuazione si delineano progressivamente nuovi "riferimenti comuni". La sinergia così avviata porta ad un ampliamento del progetto iniziato. (5)

La gestione collettiva dell'unità di trasformazione e delle attività di commercializzazione garantisce una nuova capacità di intervento degli agricoltori che operano in qualità di imprenditori. Questa prassi permette di formare i soci e di sensibilizzarli sulle problematiche relative all'igiene e alla qualità, garantendo loro un migliore controllo dei mercati.

Sono necessarie sessioni di formazione specializzata. (7)

Le tecniche di fabbricazione dei membri dell'associazione titolare del marchio collettivo "Fermes du Magnoac" sono state armonizzate. A questo punto il foie gras e gli altri prodotti lavorati vengono commercializzati su mercati esterni.

Il progetto consolidato ha permesso di modificare le regole del gioco locali. (9) Questo cambiamento consentirà di analizzare in una nuova ottica l'introduzione dei prodotti sul mercato.

VI.22

LUCIDO 10 (CONTINUA)

La spirale dello sviluppo

LIVELLO II



Un'efficace gestione del processo innovativo di sviluppo implica necessariamente un equilibrio tra questi tre tipi di azioni.

A tale proposito l'esperienza maturata nell'ambito di LEADER consente di individuare talune **difficoltà**:

> alcuni territori che hanno avviato azioni di animazione hanno talvolta difficoltà nel passare successivamente ad azioni innovative di consolidamento economico. In questo caso prevale essenzialmente una logica socioculturale;

> altri territori, impegnati in azioni di strutturazione, si trovano talvolta nell'impossibilità di creare una dinamica di animazione e di consolidamento delle azioni realizzate. In questo caso si tratta piuttosto di una logica orientata verso le infrastrutture e non verso lo sviluppo;

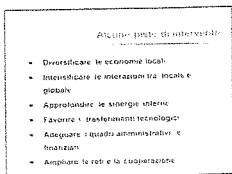
> altre zone si sono orientate soprattutto verso azioni di consolidamento di tipo economico, senza considerare le altre azioni indispensabili per qualsiasi processo di sviluppo locale. Può trattarsi, ad esempio, di azioni volte a creare nuove attività senza un precedente coinvolgimento della popolazione.

VI.24

LUCIDO 11

Alcune piste di intervento

LIVELLO I



La diversità delle realtà presenti nelle zone rurali europee fa sì che vi siano molteplici forme di innovazione possibili e ciò che sarà innovativo in un determinato territorio non lo sarà necessariamente in un altro contesto.

Dall'analisi delle esperienze realizzate nell'ambito di LEADER si evince che l'innovazione si sviluppa in varie direzioni che non si escludono reciprocamente:

- > la diversificazione delle economie locali (creazione di nuove attività);
- > l'intensificazione delle interazioni tra la realtà locale e il contesto globale (accesso ai mercati, valorizzazione dell'immagine locale);
- > l'approfondimento delle sinergie interne (integrazione degli operatori e dei settori);
- > la promozione dei processi di trasferimento delle tecnologie;
- > l'adeguamento dei quadri amministrativi e finanziari;
- > l'apertura verso l'esterno ampliando le reti e intensificando la cooperazione.

Tendere ad uno sviluppo locale, endogeno, non significa tuttavia chiudersi in se stessi. Trarre spunto dalle idee realizzate altrove (in altre zone, ma talvolta anche semplicemente in altri settori di attività presenti nel proprio territorio), discutere delle difficoltà e dei problemi con altri, raffrontarsi con situazioni analoghe ecc. può sovente generare nuove idee.



III/3-5

VII/3-4

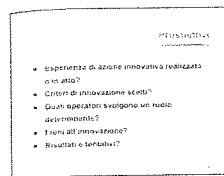
IX/2-4

VI.25

LUCIDO 13

Prospettive

LIVELLO II



Scegliere uno o due esempi significativi di azioni innovative, già realizzate o attuabili all'interno del territorio, specificando il criterio di innovazione selezionato:

1. Offerta di nuovi prodotti, nuove forme di valorizzazione delle risorse endogene
2. Offerta di nuovi servizi (commerciali o non commerciali)
3. Utilizzo di nuovi procedimenti
4. Ricerca di nuovi mercati o di nuove tipologie di clientela
5. Nuove forme di partnership e di organizzazione
6. Nuove modalità di finanziamento
7. Altro

Quali operatori svolgono un ruolo determinante nel sostenere queste azioni?

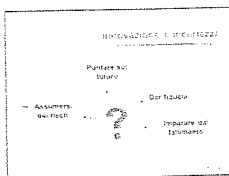
1. I membri del Comitato di programmazione del GAL?
2. I gruppi di interessi interpellati dal GAL?
3. Gli enti locali, i servizi pubblici nazionali o regionali?
4. Gli agenti di sviluppo?
5. I promotori di progetto, la collettività locale?
6. Abitanti originari della zona trasferiti nuovamente nel territorio?
7. Nuovi residenti?
8. Altri operatori o istituzioni?

VI.27

LUCIDO 12

Innovazione e incertezza

LIVELLO II



La concezione stessa dell'impostazione LEADER e il carattere innovativo delle azioni promosse fanno sì che nell'ambito dell'Iniziativa si possa "assumere il rischio" di sostenere ciò che non può essere supportato in altro modo, affermando così il carattere pilota dell'impostazione. In base al contesto del territorio interessato, l'attuazione di un'impostazione di questo tipo rappresenta in sé una sfida. Inoltre, il peso delle tradizioni ("ciò che non si deve fare"), gli atteggiamenti "riservati" se non addirittura reticenti o le varie forme di clientelismo ormai consolidate costituiscono delle potenziali barriere. Incertezza e imprevedibilità sono aspetti intrinseci a qualsiasi forma di innovazione.

Sostenere un'innovazione significa:

- > **assumersi dei rischi** - l'innovazione deve essere sostenuta soprattutto quando è ancora in fase embrionale; l'assistenza ai "pionieri" è pertanto un aspetto inerente all'innovazione;
- > **puntare sul futuro** e impegnarsi in un processo di cui non si conosce l'esito poiché, per quanto oculata sia la strategia, non è possibile prevedere gli effetti indotti dall'impostazione;
- > **aver fiducia** negli operatori e nei processi, accettando i diversi punti di vista, le differenze di interessi, le diverse sensibilità, ecc.;
- > **imparare - il fallimento** è parte integrante del processo innovativo. A tale proposito è importante, più che l'innovazione in sé, il modo in cui questa viene gestita poiché un insuccesso può anche essere considerato un mezzo per apprendere.



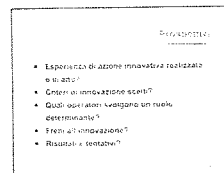
P53

VI.26

LUCIDO 13 (CONTINUA)

Prospettive

LIVELLO II



Come individuare e sostenere i pionieri, i promotori di progetti innovativi?

Quali sono i principali ostacoli che frenano l'emergere dei progetti?

Quali risultati si prevedono dalle azioni innovative a livello territoriale?

1. Aumento della competitività?
2. Diversificazione dell'economia locale?
3. Soluzioni più efficaci ai problemi sociali?
4. Effetto d'emulazione all'interno del territorio?
5. Trasferibilità ad altri territori?
6. Maggiore notorietà del GAL e del suo intervento?
7. Altre forme di valore aggiunto?
8. Questi risultati modificano le prospettive di sviluppo del territorio?

VI.28

CAPITOLO VII L'approccio integrato e multisettoriale

schema del capitolo

Lecione 1	L'approccio integrato e multisettoriale	Livello I
Lecione 2	Due dimensioni metodologiche	Livello II
Lecione 3	Il territorio di supporto alla azione degli azionisti	Livello I
Lecione 4	Reti: tipologie di interazione	Livello I
Lecione 5	Strutture del processo di interazione	Livello II
Lecione 6	La dinamica dell'interazione	Livello II
Lecione 7	Tempi	Livello II
Lecione 8	Strumenti	Livello II
Lecione 9	Dall'interazione allo sviluppo sostenibile	Livello II
Lecione 10	Prospettive	Livello II

CAPITOLO VIII

raffinamenti

LEADER Magazine

31-24. Temi catalizzatori, sviluppo territoriale integrato (Autunno 2000)



Esempi

Schede "azioni innovative"

- F10 - F15 - F23 - F24
- M01 - M14 - M18 - M25 - M38 - M42 - M45 - M53
- P03 - P17 - F22 - P24 - P32 - P37 - P39
- S12 - S19
- T01 - T09

CAPITOLO VII

raffinamenti



Comunicazioni della Comunità europea agli Stati membri

LEADER II

Comunicazione agli Stati membri recante informazioni per la concessione di sovvenzioni globali ai proprietari, operatori e operatori associati di iniziative di sviluppo rurale che gli Stati membri sono invitati a presentare nell'ambito di un'iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale.

LEADER II (L'azione "Interventi di Sviluppo delle Economie Rurali" - Collegamento fra azioni di sviluppo dell'economia rurale).
 GI. 2000/L180/17

LEADER+

Comunicazione del 14 aprile 2000 recante gli orientamenti per l'iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale (LEADER+).
 GI. 2000/L139/05

Doclet LEADER II

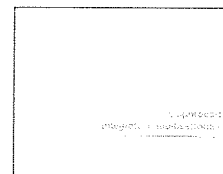
Callava "Innovazione in ambito rurale"

- N. 4: L'innovazione dal valore aggiunto nell'approccio LEADER (1999)
- N. 2: Sviluppare i servizi alla popolazione su ampio raggio (1998)
- N. 3: Costituirne una strategia di sviluppo territoriale alla luce dell'esperienza LEADER - Iniziativa 4: La competitività economica (2000)
- N. 4: Contributo l'evoluzione sociale nella zona rurali (2000)

LUCIONE 1

L'approccio integrato e multisettoriale

LIVELLO I



I collegamenti tra le azioni e l'approccio multisettoriale sono aspetti caratteristici dell'Iniziativa LEADER, il cui acronimo in francese "*Liaisons Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale*" significa "*Collegamento fra azioni di sviluppo dell'economia rurale*".

- > LEADER non è un programma di sviluppo settoriale; il piano di azione locale segue una logica multisettoriale che integra vari settori di attività.
- > L'introduzione del concetto di collegamento tra azioni (approccio integrato e multisettoriale) tende a garantire una maggiore coerenza del programma di innovazione rurale articolando le azioni e i progetti. Tale processo mira inoltre a ottimizzare tutte le possibili sinergie economiche locali, consolidando le filiere e promuovendo interazioni tra operatori e settori del territorio.
- > Questo approccio contribuisce a migliorare la competitività economica dei territori in quanto consente di valorizzare le risorse locali. Esso spinge gli operatori socioeconomici ad agire di concerto, a realizzare un'offerta di beni e servizi non delocalizzabili, nonché a mantenere nella zona il massimo valore aggiunto.
- > Esso permette di adeguarsi a nuove funzioni e a nuove domande: salvaguardia delle risorse, forme di solidarietà, accoglienza di nuovi residenti, ecc.

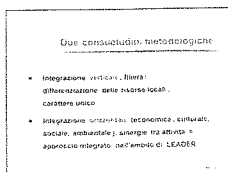
Il concetto di "tema catalizzatore", elemento centrale del programma LEADER+, consolida tale visione.



II/11

LUCIDO 2

Due consuetudini metodologiche



Per attuare strategie economiche locali, LEADER si fonda su almeno **due consuetudini metodologiche distinte**:

> La prima impostazione consiste nel conferire valore aggiunto alle risorse locali valorizzandone le caratteristiche specifiche. Si tratta di fornire al territorio un vantaggio comparativo che lo renda meno vulnerabile ai processi di delocalizzazione. A tale proposito è necessario intervenire in modo professionale per convertire le risorse locali in prodotti e servizi commercializzabili, garantire e incrementare il loro livello qualitativo e migliorarne la presentazione e l'introduzione sul mercato.

In altri termini, nel quadro di questo primo approccio si dovranno analizzare accuratamente tutte le attività delle filiere di prodotti che consentono di mettere in relazione i produttori locali e i consumatori (**integrazione verticale in una filiera**). Di norma si dovrà garantire, nella misura del possibile, che queste attività vengano realizzate all'interno della regione, in modo da conservare in loco il massimo valore aggiunto.

LIVELLO II



E23, P03, P23
P32, P37, T01

M01, M14, M25
P17, P22, T09

VII.5

LUCIDO 3

Il risultato è superiore alla somma degli addendi: 1+1=3

LIVELLO I



L'impostazione LEADER formula l'ipotesi che l'integrazione orizzontale degli operatori, delle azioni, dei settori e delle risorse conferisca un valore aggiunto (maggiori capacità creative e innovative) ad ogni azione o ad ogni settore coinvolto.

Il processo di integrazione può interessare:

- > individui e **operatori** locali (siano essi privati, pubblici o provenienti dal mondo associativo, che si considerano a priori concorrenti o che, pur essendo situati in prossimità, si ignorano, ecc.);
- > progetti e **azioni** (in ambiti economici, sociali, culturali, ambientali);
- > territori e relative **risorse** (naturali, culturali, legate al patrimonio);
- > **settori** di attività (agricoltura, artigianato, industria, commercio, servizi, ecc.).

Questo approccio presuppone che le azioni e i progetti previsti nei piani d'azione locali non debbano essere ideati individualmente e in modo distinto (ad esempio, corsi di formazione da un lato e sovvenzioni per la creazione di unità ricettive nelle aziende agricole dall'altro) ma, al contrario, debbano essere parte integrante di una **strategia di insieme**, ed essere correlati e coordinati in un tutto coerente.



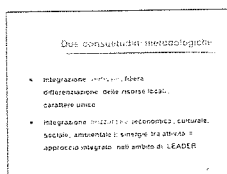
E15

M42

VII.7

LUCIDO 2 (CONTINUA)

Due consuetudini metodologiche



> La seconda impostazione tende ad ottimizzare le sinergie esistenti o potenziali tra le attività locali tramite un processo di **integrazione orizzontale**. Si tratta dell'**approccio integrato**. L'introduzione nel menù dei ristoranti locali di specialità tipiche prodotte nella zona, che promuove il turismo locale favorendo al contempo la vendita dei prodotti del territorio, è uno dei molteplici esempi a tale proposito.

Queste due impostazioni non sono specifiche al programma LEADER, ma l'attuazione di LEADER I e LEADER II ha permesso di acquisire un considerevole bagaglio di esperienze in merito ai contesti in cui questi approcci possono essere utilizzati, alle relazioni tra tali impostazioni e alle condizioni necessarie per garantirne il successo.

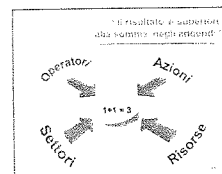
LIVELLO II

VII.6

LUCIDO 3 (CONTINUA)

Il risultato è superiore alla somma degli addendi: 1+1=3

LIVELLO I



L'approccio integrato si rivela talvolta indispensabile per raggiungere la **massa critica** (quantità minima) necessaria per il buon esito di un progetto.

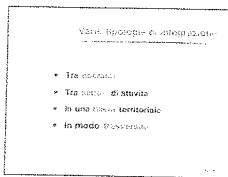
La Comunicazione della Commissione europea agli Stati membri relativa a LEADER+ indica che la nuova Iniziativa in materia di sviluppo rurale "interverrà a favore dei territori che dimostrino la volontà e la capacità di concepire ed attuare una strategia pilota di sviluppo integrata e sostenibile, comprovata dalla presentazione di un piano di sviluppo (...) imperniata su un tema centrale, caratteristico dell'identità del territorio."

Questa disposizione relativa al tema catalizzatore rafforza il valore dell'integrazione delle azioni.



P03

VII.8



Integrazione degli operatori

Ad esempio, la creazione di un prodotto o di un servizio che richiede la partecipazione di svariati operatori pubblici, privati o del mondo associativo.

Integrazione dei settori di attività

A tale proposito si può citare, in Germania, una forma di integrazione tra l'allevamento della "pecora del Rhôn", l'utilizzo di questa razza per la tutela dell'ambiente e del paesaggio e la commercializzazione della carne nei ristoranti locali, che ha esercitato un notevole impatto sul settore turistico. Un altro esempio è dato, in Irlanda, dal riciclaggio dei rifiuti delle fungaie locali per la produzione di compost di qualità destinato al settore orticolo e ai negozi di articoli per giardinaggio.

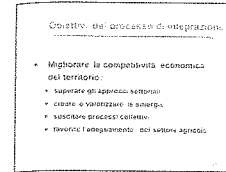
Integrazione in una filiera territoriale

Utilizzo delle risorse esistenti nel territorio nell'intero processo di valorizzazione di un prodotto, di un servizio, di un progetto o di un tema specifico: integrando quanto più possibile le fasi a monte (ad esempio le materie prime locali nella produzione) e a valle (distribuzione, commercializzazione), nonché le fasi intermedie di trasformazione, tentando di instaurare, per ciascuna di esse, il maggior numero di contatti con attività esistenti o potenziali della zona. Questo approccio consente di intervenire attivamente su numerose problematiche - comprese quelle sociali - e di introdurre innovazioni nei processi produttivi in modo esteso nel territorio in questione.



P32

VII.9



Un obiettivo generale a tale proposito è il **miglioramento della competitività del territorio**, ossia la capacità di fronteggiare la concorrenza garantendo al contempo la sostenibilità ambientale, economica, sociale e culturale con attività in rete e forme di articolazione sul territorio.

L'approccio integrato e multisettoriale è particolarmente rilevante nel caso della "competitività economica", ossia la capacità dei soggetti di mantenere all'interno del territorio il massimo del valore aggiunto, creando o consolidando i punti di contatto tra i settori di attività e combinando efficacemente le risorse al fine di valorizzare l'elemento specifico e non delocalizzabile dei prodotti e dei servizi.

Gli obiettivi più specifici relativi alla pianificazione del programma locale sono: > **superare gli approcci settoriali** e tematici coordinandoli in un'ottica trasversale degli interventi - è proprio in questo caso che si rivela di particolare utilità ricorrere ad un tema catalizzatore;

> **creare effetti sinergici** o favorire le sinergie già esistenti tra i soggetti e settori diversi;

> migliorare l'efficienza generale del programma di intervento e la fattibilità delle azioni individuali integrandole in un **processo collettivo**;

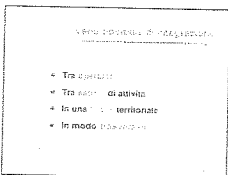
> **favorire l'adeguamento del settore agricolo** valorizzando la plurifunzionalità (collegamenti tra agricoltura e turismo, tra agricoltura e ambiente, ecc.).



M01

S39

VII.11



Integrazione trasversale (ambiente, economia, settore sociale, cultura)

Una visione globale di intervento che coinvolga i settori economico, sociale, culturale e ambientale presuppone una dimensione multisettoriale per il maggior numero di interventi possibile.

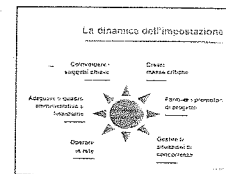
In ogni caso, l'approccio integrato è un processo di costruzione progressiva che può scaturire da:

- > un progetto;
- > un'azione promossa da un'impresa, un soggetto (individuale o collettivo) o un settore - sovente, la ricerca di una forma di integrazione corrisponde in origine ad un bisogno e/o ad un desiderio di attuare un processo di diversificazione o di riconversione, di estendere la clientela, di migliorare l'accesso ai mercati, ecc. che implicano la costituzione di una partnership;
- > un tema catalizzatore - in questo caso, vari settori di attività vengono coinvolti sin dalle fasi iniziali in una cooperazione all'interno del territorio.



P17, P22, P52

VII.10



In modo schematico, l'approccio integrato implica:

1. il **coinvolgimento dei soggetti chiave di diversi settori** mediante:
 - > la creazione di "piattaforme" di sviluppo o di altre modalità di scambio;
 - > la ricerca di obiettivi comuni;
 - > la diffusione dei risultati;
 - > il ricorso alle competenze esistenti;
2. una **massa critica sufficiente** in termini di capitale umano, attività e risorse;
3. un'**apertura dei promotori di progetto** nei confronti di altri modi di pensare, atteggiamenti e modalità operative;
4. la **gestione delle situazioni concorrenziali** o, talvolta, dei conflitti;
5. un **lavoro in rete** che si avvale di punti di contatto riconosciuti e consolidati;
6. un **adeguamento del quadro amministrativo e finanziario** (decentramento della fase decisionale e gestionale, coordinamento delle risorse e degli strumenti).



E10

M53

VII.12

LUCIDO 6 (CONTINUA)

La dinamica dell'impostazione



L'accompagnamento e l'assistenza tecnica sono elementi chiave per garantire il successo dell'approccio integrato. A tale proposito i gruppi LEADER hanno incentrato il loro intervento su:

- > l'**aspetto didattico** - animazione sul campo e acquisizione di competenze, concertazione e consultazioni preliminari tra gruppi di interesse, instaurazione di un clima di lavoro favorevole, consenso in merito agli obiettivi, partecipazione alla selezione dei progetti, diffusione dei risultati;
- > l'**instaurazione di relazioni con le istituzioni interessate** (funzione di contatto e ampliamento della partnership locale);
- > l'**adeguamento del quadro amministrativo e finanziario** (attività di pressione presso le amministrazioni, integrazione di varie fonti di finanziamento, ricerca di adeguate forme giuridiche).

LIVELLO II



V/8-9

V/14-18

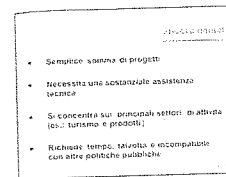
IX

VII.13

LUCIDO 8

... ancora limitati

LIVELLO II



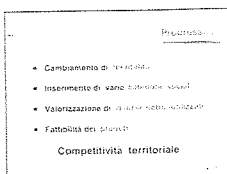
Si constata, tuttavia, che molto resta da fare per approfondire questa impostazione:

- > in alcuni territori, l'approccio integrato si è sovente limitato ad una semplice **somma di progetti**;
- > l'approccio ha richiesto una **sostanziale assistenza tecnica** ed è fallito nei territori in cui tale assistenza era poco incisiva o insufficiente;
- > in molti casi, **l'integrazione ha interessato esclusivamente i principali settori di attività** quali i prodotti locali, il turismo o l'artigianato, mentre altri settori di attività continuavano ad essere gestiti in modo tradizionale;
- > essendo un **processo di lungo respiro**, l'approccio integrato è talvolta difficilmente compatibile con le scadenze attuative di un programma o con i vincoli imposti da altre politiche pubbliche. A tale proposito, l'introduzione di un tema catalizzatore nell'ideazione stessa di un progetto esercita un effetto leva considerevole.

VII.15

LUCIDO 7

Progressi...



In linea di massima, l'approccio integrato ha permesso di far progredire la dinamica locale. Questo risultato si concretizza in particolare con:

- > un **cambiamento della mentalità**, reso possibile dal coinvolgimento degli operatori in progetti collettivi, dall'imparare a lavorare insieme piuttosto che operare in modo concorrenziale, dal consolidamento e/o dall'evoluzione dell'identità collettiva;
- > l'**inserimento di categorie della popolazione** sovente trascurate o escluse dai programmi sociali (anziani, disabili, ecc.);
- > la **valorizzazione delle risorse inutilizzate o sotto-utilizzate** (riscoperta e rilancio di antichi know-how, attualizzazione dei prodotti tradizionali, ecc.);
- > la **fattibilità dei progetti** associando i produttori, al fine di raggiungere masse critiche o soddisfare domande che, prese separatamente, non sarebbero solvibili, ecc.;
- > vantaggi in termini di **competitività territoriale** - economie di scala, concetto di attività "multiservizio", ottimizzazione delle infrastrutture, polivalenza degli impianti e aumento del regime di utilizzo con attività multiple, nuove modalità per l'uso combinato dei servizi di trasporto, adeguamento delle competenze ai nuovi bisogni mediante la formazione, ecc.

LIVELLO II



M38, P23, S32

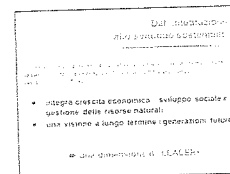
P03, P32

VII.14

LUCIDO 9

Dall'integrazione allo sviluppo sostenibile

LIVELLO II



Questo aspetto dell'impostazione LEADER si rifà al concetto di "sviluppo sostenibile" definito al Vertice di Rio de Janeiro nel 1992: "un modello di sviluppo in grado di soddisfare i bisogni delle attuali generazioni senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri".

Questo concetto **integra crescita economica, sviluppo sociale e gestione delle risorse naturali** in un'etica che rispetta il diritto delle comunità locali a partecipare al processo decisionale.

L'approccio integrato si ricollega a tale definizione elaborando una **visione del futuro** del territorio a medio e lungo termine, instaurando nessi intergenerazionali o riconoscendo il tempo necessario per consolidare le forme di solidarietà e la cooperazione, considerando gli elementi del patrimonio e dell'ambiente punti forti per lo sviluppo locale.

La Comunicazione della Commissione europea agli Stati membri in merito a LEADER+ specifica che nell'ambito della nuova Iniziativa "il carattere di strategia pilota verrà valutato il base alla strategia di sviluppo..." che "dovrà proporre i mezzi che consentano di imboccare nuove vie di sviluppo sostenibile; il carattere di novità è definito rispetto alle pratiche del passato nel territorio in questione..."



E24, T09

VII.16

Prospettive

- Esperienze di azioni integrate già realizzate o in corso?
- Strumenti utilizzati per queste azioni (risorse, durata, competenze, ecc.)?
- Ostacoli?
- Impatto di questa esperienza su ogni azione?
- Valore aggiunto per il territorio?

Presentare uno o due esempi di azioni integrate, già realizzate o attuabili all'interno del territorio, specificando i partner coinvolti e i settori di intervento.

Partner coinvolti	Esempio n. 1	Esempio n. 2
Agricultori		
Artigiani, commercianti		
PMI		
Associazioni		
Professionisti del turismo		
Istituti di formazione		
Enti pubblici locali		
Altro		

VII.17

Prospettive

- Esperienze di azioni integrate già realizzate o in corso?
- Strumenti utilizzati per queste azioni (risorse, durata, competenze, ecc.)?
- Ostacoli?
- Impatto di questa esperienza su ogni azione?
- Valore aggiunto per il territorio?

Quali **dispositivi** (animazione, assistenza tecnica, strumenti finanziari, ecc.) sono stati necessari per attuare queste azioni integrate?

Quali difficoltà sono sorte nella gestione di tali azioni?

1. La presenza di un settore di attività dominante nel territorio?
2. L'individualismo degli operatori?
3. Un sostanziale intervallo di tempo tra l'ideazione dei progetti e la loro realizzazione?
4. Le procedure amministrative?
5. Diverse scadenze per quanto riguarda il finanziamento?
6. Altre difficoltà?

Qual è il valore aggiunto dell'approccio integrato e multisettoriale rispetto a queste azioni?

1. Una maggiore fattibilità dei progetti?
2. Una maggiore sinergia?
3. L'instaurazione di contatti e collegamenti duraturi tra gli operatori?
4. Altre forme di valore aggiunto?

Come prevedere un tema "catalizzatore" nel programma? Come agevolare il coordinamento e l'integrazione delle azioni?

VII.19

Prospettive

- Esperienze di azioni integrate già realizzate o in corso?
- Strumenti utilizzati per queste azioni (risorse, durata, competenze, ecc.)?
- Ostacoli?
- Impatto di questa esperienza su ogni azione?
- Valore aggiunto per il territorio?

Settori interessati	Esempio n. 1	Esempio n. 2
Formazione professionale e aiuti all'impiego		
Turismo rurale		
Artigianato e servizi locali		
Valorizzazione e commercializzazione di prodotti agricoli		
Ambiente/quadro di vita		
Pari opportunità		
Cooperazione transnazionale		
Altro		

VII.18

CAPITOLO VIII Creazione di una rete e cooperazione tra territori

schema del capitolo

Lezione 1	Creazione di una rete e cooperazione tra territori	livello I
Lezione 2	Rete e cooperazione: strumenti complementari	livello I
La creazione di una rete (Lezioni da 3 a 7)		
Lezione 3	Gli obiettivi dell'organizzazione in rete	livello I
Lezione 4	Le reti: diverse tipologie...	livello II
Lezione 5	... e ruoli diversi	livello II
Lezione 6	Le missioni dell'Osservatorio europeo	livello I
Lezione 7	L'attività dell'osservatorio in rete	livello II
La cooperazione nell'ambito di LEADER II (Lezioni da 8 a 14)		
Lezione 8	La cooperazione transnazionale nell'ambito di LEADER II	livello I
Lezione 9	Gli obiettivi della cooperazione	livello I
Lezione 10	Dall'idea all'azione: il processo di un progetto	livello I
Lezione 11	Gli effetti qualitativi della cooperazione	livello II
Lezione 12	La cooperazione e la competitività dei territori	livello I
Lezione 13	La cooperazione e l'innovazione tecnologica	livello II
Lezione 14	Difficoltà e possibili soluzioni	livello II
Lezione 15	Prospettive	livello II

CAPITOLO VIII

riferimenti



Comunicazioni della Commissione europea agli Stati membri

LEADER I

Comunicazione agli Stati membri relativa all'attuazione del principio di "cooperazione" e "azioni di sviluppo rurale" - LEADER II (Unione Euro-Accordi di Sviluppo Rurali) - Collegamento fra azioni di sviluppo nell'area rurale. Rif. 94/C180/12

LEADER+

Comunicazione del 14 aprile 2000 recante gli orientamenti per l'iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale (LEADER+). Rif. 2000/C139/05

Dossier LEADER II

Collana "Innovazione in ambito rurale"

- N. 4: La valutazione del valore aggiunto nell'approccio LEADER (1998)
- N. 5: Costruire una strategia di sviluppo territoriale alla luce dell'esperienza LEADER - Fascicolo n. 5: La competitività dei territori rurali nel contesto globale (2000)
- N. 11: La cooperazione transnazionale nell'ambito di LEADER II - Lezioni del passato, strumenti per il futuro (2001)

CAPITOLO VIII

riferimenti



Quadro dell'osservatorio

- N. 3: Integrale gli insegnamenti di LEADER nelle future politiche rurali (1999)
- N. 4: Le tendenze dell'informazione al servizio dello sviluppo rurale (2000)

Guide

Cooperazione transnazionale tra territori rurali (1997)

LEADER Magazine

- N. 16: Speciale convegno LEADER "Per una nuova iniziativa comunitaria per lo sviluppo rurale: ERO leader a confronto" (Inverno 1997-1998)
- N. 21: La cooperazione transnazionale tra territori rurali (Autunno 1999)
- N. 23: Il valore aggiunto di LEADER (Estate 2000)
- N. 24: Territori rurali, sviluppo territoriale integrato (Autunno 2000)



Esempi

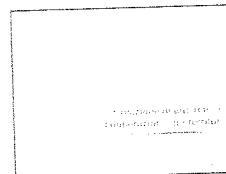
Gruppo "azioni innovative"

- 132
- M33 - M39 - M43 - M53
- M37

LUCRO 1

Creazione di una rete e cooperazione tra territori

LIVELLO I



LEADER I poneva l'accento sulla creazione di una rete di operatori in quanto strumento di sviluppo territoriale, spezzando così l'isolamento di numerose zone rurali. Per agevolare gli scambi tra i GAL, ottimizzare la circolazione dell'informazione e garantire un'ampia diffusione delle azioni più rappresentative sulle problematiche prioritarie delle zone rurali era stata istituita una "Unità di animazione LEADER". La creazione della rete ha suscitato nei diretti interessati il sentimento di partecipare ad un processo comune. Alcuni gruppi di azione locale (GAL) avevano avviato progetti di cooperazione transnazionale, sebbene questi non fruissero di un'assistenza tecnica strutturata.

Con LEADER II, la rete dei territori rurali ha potuto fruire di un dispositivo di assistenza più sofisticato: l'"Osservatorio europeo LEADER", affiancato nella maggior parte degli Stati membri da "Unità nazionali di animazione". Le due nuove missioni dell'Osservatorio riguardavano, da un lato, l'elaborazione di una metodologia per individuare, analizzare ed agevolare il trasferimento delle innovazioni in ambito rurale e, dall'altro, l'assistenza tecnica in materia di cooperazione transnazionale tra territori rurali di almeno due Stati membri dell'Unione europea.

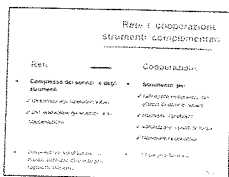


I/5

LUCIDO 2

Rete e cooperazione: strumenti complementari

LIVELLO I



L'organizzazione in rete e la cooperazione tra territori rurali rappresentano un aspetto essenziale del valore aggiunto generato dall'impostazione LEADER in quanto agevolano il trasferimento di esperienze e di know-how.

La rete (lucidati da 3 a 6) è un sistema organizzato a partire da una serie di servizi e strumenti destinati agli operatori locali e alle amministrazioni, finalizzato ad agevolare gli scambi e la cooperazione a qualsiasi livello (locale, regionale, nazionale, europeo). Essa si fonda su un dispositivo organizzato in modo formale, una **struttura di animazione**, le cui missioni sono definite in base a contratti stipulati con la Commissione europea. Questo dispositivo comprende l'Osservatorio europeo LEADER, finanziato al 100% dalla Commissione e avente sede a Bruxelles, nonché Unità nazionali di animazione cofinanziate dalla Commissione con sede negli Stati membri. La rete integra i rapporti informali instaurati tra i gruppi.

La **cooperazione** (lucidati da 7 a 12) è uno strumento a disposizione dei gruppi per rafforzare il loro intervento locale. Essa può contribuire a risolvere taluni problemi o a valorizzare meglio i punti di forza del territorio. Gli scambi di conoscenze e di know-how, la condivisione delle risorse, la ricerca di una massa critica che consente di accedere ad un nuovo mercato possono infatti contribuire in larga misura a rilanciare l'economia dei territori. La cooperazione prevede di norma un **impegno formale** tra i partner.



I/5

VIII.5

LUCIDO 4

Le reti: diverse tipologie...

LIVELLO II



Con il progredire dell'Iniziativa, la rete LEADER si è sviluppata ed ampliata. Essa è composta da:

- > una rete **istituzionale**, finanziata dalla Commissione europea che ne stabilisce le missioni; il dispositivo di sostegno di tale rete è rappresentato dall'Osservatorio europeo LEADER e dalle Unità nazionali;
- > reti **associative**, organizzate da gruppi LEADER riuniti a livello **locale, regionale** (ad esempio: Alvernia in Francia, Aragona e Andalusia in Spagna, Scozia in Gran Bretagna) o nazionale (ad esempio, la rete dei gruppi irlandesi o greci) ed europeo ("European LEADER Association for Rural Development" / ELARD). Pur non fruendo di finanziamenti della Commissione europea, alcune reti di questo tipo si sono gradualmente organizzate in modo più formale dotandosi di una forma giuridica. Progressivamente alcune reti **associative hanno fruito del sostegno della regione o dello Stato membro**.



M53

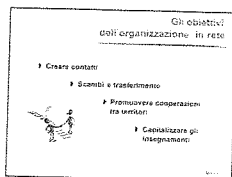
Le reti possono essere **generiche o tematiche**: alcune reti tematiche si sono strutturate in base ad un progetto di cooperazione transnazionale.

VIII.7

LUCIDO 3

Gli obiettivi dell'organizzazione in rete

LIVELLO I



La rete interessa l'insieme dei territori, delle amministrazioni e delle organizzazioni del mondo rurale, siano essi beneficiari o meno dell'Iniziativa.

In un'ottica di arricchimento collettivo delle esperienze, i beneficiari LEADER sono invitati a contribuire alle attività della rete comunicando le informazioni sulle azioni innovative da essi realizzate e a partecipare ai seminari organizzati dall'Osservatorio.

La rete si prefigge i seguenti obiettivi:

- > **creare contatti** tra le persone, i progetti e i territori;
- > **agevolare gli scambi e il trasferimento** delle esperienze, delle competenze, del know-how (ridurre l'isolamento, instaurare dei legami, creare canali che agevolano la circolazione dell'informazione, ecc.);
- > **promuovere le cooperazioni tra territori** mettendo a disposizione dei gruppi di azione locale le informazioni necessarie per la ricerca di partner e l'assistenza tecnica utile per la preparazione di un'azione di cooperazione (si veda il lucido 9);
- > **trarre utili insegnamenti in materia di sviluppo rurale territoriale** (analisi delle impostazioni, delle azioni e delle prassi innovative, elaborazione di modelli relativi all'impostazione LEADER e diffusione dei principali risultati). Questa "capitalizzazione" dell'esperienza si fonda su scambi di informazione strutturati tra l'Osservatorio europeo LEADER, le Unità nazionali di animazione, i gruppi di azione locale e le amministrazioni responsabili dell'Iniziativa.



M39

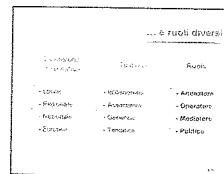
P37

VIII.6

Lucido 5

...e ruoli diversi

LIVELLO II



Ogni livello, in funzione della propria struttura, degli obiettivi prefissati e dei mezzi a disposizione, può svolgere una o più funzioni:

- > **funzione di animatore** - mettere in contatto i beneficiari dell'Iniziativa a qualsiasi livello geografico (locale, regionale, nazionale, europeo); promuovere e accompagnare le idee e i progetti; agevolare i processi di apprendimento collettivi e interculturali (seminari); favorire l'acquisizione di know-how tematici e metodologici;
- > **funzione di operatore** - contribuire all'implementazione dell'Iniziativa, ad esempio fungendo da punto di contatto tra i gruppi LEADER e le amministrazioni, favorendo la circolazione delle informazioni e promuovendo il dialogo tra i soggetti che operano ai vari livelli (GAL, amministrazioni regionali e nazionali e Commissione europea);
- > **funzione di mediatore** - concettualizzare l'impostazione, il "modello" LEADER e diffondere l'immagine del mondo rurale europeo. La solidarietà tra zone rurali promossa dalle reti rende possibile una rappresentatività collettiva;
- > **funzione politica** - promuovere l'integrazione degli insegnamenti di LEADER nelle politiche nazionali e regionali ("mainstreaming" di LEADER).

VIII.8

LUCIDO 6

Le missioni dell'Osservatorio europeo LEADER

LIVELLO I



Nell'ambito di LEADER II, la missione dell'Osservatorio europeo LEADER prevedeva in particolare:

- > l'**individuazione e l'analisi di informazioni** e di buone prassi in materia di sviluppo rurale;
- > l'**informazione sui fenomeni in atto nei territori rurali**, sia all'interno dell'Unione europea che nei paesi terzi;
- > la **strutturazione degli scambi di esperienze** all'interno della rete;
- > i **contatti tra i beneficiari dell'iniziativa**;
- > gli **scambi tra amministrazioni**;
- > la **promozione delle azioni di cooperazione** e l'assistenza per l'attuazione di tali progetti;
- > l'**analisi degli insegnamenti di LEADER**.

A tale fine l'Osservatorio ha realizzato strumenti e servizi ad uso dei gruppi di azione locale, delle amministrazioni e degli altri operatori rurali:

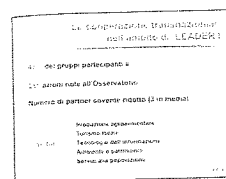
- > pubblicazioni periodiche in 7 lingue ("Info LEADER", bollettino mensile di informazione e collegamento tra i beneficiari del programma) o in 11 lingue (la rivista trimestrale LEADER Magazine);
- > dossier tecnici e repertori in 7 lingue;
- > sito Internet "Rural Europe" (www.rural-europe.aeid.be) in sei lingue;
- > conferenze e seminari tematici o metodologici;
- > risposte dirette a richieste di informazione ad opera di un'équipe multilingue;
- > assistenza tecnica in materia di cooperazione transnazionale.

VIII.9

LUCIDO 8

La cooperazione transnazionale nell'ambito di LEADER II

LIVELLO I



Nell'autunno 2000, l'Osservatorio europeo LEADER ha condotto uno studio sulla cooperazione transnazionale attuata nell'ambito di LEADER II.

L'assistenza tecnica in materia di cooperazione transnazionale LEADER II ha interessato oltre il 50% dei gruppi di azione locale.

Il **46% dei GAL** ha partecipato ad una o più delle **255 azioni** di cooperazione transnazionale di cui l'Osservatorio era a conoscenza.

In linea di massima, le azioni di cooperazione prevedevano un ristretto numero di partner (3 in media, con soli 2 partner nel 46% dei progetti); al 15% dei progetti hanno partecipato più di 4 partner e il 18% delle azioni di cooperazione LEADER II ha interessato più di 6 partner.

Le azioni di cooperazione LEADER II interessavano prevalentemente uno dei **cinque settori** seguenti: produzione agroalimentare, turismo rurale, tecnologie dell'informazione, ambiente e patrimonio, servizi alla popolazione.



VIII/11-12

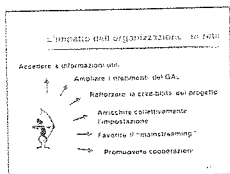
A prescindere dal settore, i GAL partner hanno innanzi tutto privilegiato l'**elaborazione di corsi di formazione specializzati**. I sistemi per il controllo della qualità sono stati una delle principali preoccupazioni nei settori della produzione agroalimentare e del turismo. La creazione di reti di produttori e fornitori di servizi rappresenta un altro ambito ampiamente esplorato dalle azioni di cooperazione.

VIII.11

LUCIDO 7

L'impatto dell'organizzazione in rete

LIVELLO II



Secondo le testimonianze dei gruppi LEADER, l'organizzazione in rete esercita un impatto a diversi livelli. In particolare essa consente di:

- > **accedere a informazioni utili** per la ricerca di partner, individuare altre fonti di finanziamento europeo, evidenziare "buone prassi" e trarne spunto per risolvere problemi locali;
- > **ampliare i riferimenti dei gruppi locali** in modo da rafforzare sul territorio la credibilità dei progetti, creare o consolidare relazioni con l'esterno, superare il localismo e spezzare l'isolamento del territorio e degli agenti di sviluppo;
- > **elaborare e arricchire l'impostazione LEADER mediante un processo collettivo**, ricercando e capitalizzando congiuntamente gli insegnamenti di LEADER, nonché diffondendo il metodo oltre la cerchia dei beneficiari dell'iniziativa;
- > favorire l'**integrazione di questa concezione dello sviluppo rurale** nelle altre politiche, nazionali o regionali, in materia di sviluppo ("**mainstreaming**" di LEADER);
- > **promuovere i progetti di cooperazione** (si veda il lucido n. 8).

L'organizzazione in rete dovrebbe consentire ai GAL, in ultima analisi, di risparmiare tempo e energie. In termini di formazione, ad esempio, le visite reciproche tra GAL hanno permesso a tali gruppi di acquisire esperienze che hanno successivamente portato ad introdurre numerose innovazioni.



M39

P37

M43



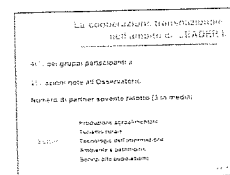
III/5

VIII.10

LUCIDO 8 (CONTINUA)

La cooperazione transnazionale nell'ambito di LEADER II

LIVELLO I



Per quanto riguarda la produzione in comune, le azioni di cooperazione erano meno progredite a causa di problemi logistici ed economici difficili da superare. Tuttavia, molte cooperazioni avevano già permesso di potenziare (in termini di metodi, know-how e nuovi processi) la componente produttiva delle filiere locali.

Le azioni di cooperazione correlate alla promozione sono state numerose in tutti i settori, ma soprattutto nel turismo. Nella maggior parte dei casi queste azioni si sono concretizzate con attività promozionali raggruppate mediante la realizzazione in comune di siti Web, opuscoli, logo, marchi ed una partecipazione congiunta a fiere campionarie e saloni.

La cooperazione è un processo di lungo respiro e richiede sovente diversi anni per dare risultati. Nel 2000, lo stadio della commercializzazione in comune era stato raggiunto soltanto da alcune cooperazioni nel settore del turismo e delle tecnologie dell'informazione, mentre le azioni nel comparto agroalimentare dovevano ancora affrontare sostanziali sfide commerciali (ad esempio, l'armonizzazione delle leggi fiscali e delle norme sanitarie) prima di poter avviare una cooperazione.



M33

VIII.12

LUCIDO 9

Gli obiettivi della cooperazione

LIVELLO I



Si nota che i partner si prefiggono obiettivi tanto diversificati quanto i temi degli stessi progetti di cooperazione. È tuttavia possibile cogliere la diversità delle motivazioni in funzione di tre obiettivi complementari:

- > **valorizzare le analogie** - alcuni progetti di cooperazione sono realizzati da GAL che vantano un punto di forza analogo, in base al quale essi intendono sviluppare azioni comuni. Un'azione di cooperazione può contribuire a valorizzare i seguenti punti di forza: una caratteristica geografica (zone litorali in cui è presente un ecosistema simile, ecc.), un patrimonio culturale (celtico, romanico, ecc.), una produzione specifica (olio di oliva, castagna, lana, ecc.), un'innovazione tecnologica (caso della "ciclorotaia", un'invenzione che tre GAL di Spagna, Francia e Germania intendono valorizzare), ecc.;
- > **valorizzare le complementarità** - in questo caso la cooperazione transnazionale tende piuttosto a coinvolgere territori che vantano punti di forza diversi, che possono tuttavia essere valorizzati in modo complementare: vantaggi geografici (ad esempio, allestimento di un itinerario europeo per gare d'avventura in Scozia, Lapponia svedese e Grecia), complementarità naturali (percorso migratorio delle gru in vari paesi del Nord e del Sud dell'Europa, ecc.), know-how complementari (come ad esempio il caso di un'azione di cooperazione nel settore della lana: una zona sarda di produzione si è associata con un'altra zona italiana all'avanguardia nella lavorazione di questa materia prima e con una zona spagnola che aveva accesso a mercati specifici in questo settore), suddivisione del lavoro tra partner in base alle rispettive specializzazioni, ecc.;

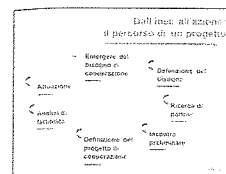


VIII.13

LUCIDO 10

Dall'idea all'azione: il percorso di un progetto

LIVELLO I



Emergere del bisogno in materia di cooperazione

Il bisogno in materia di cooperazione può emergere:

- > dai risultati della diagnosi territoriale;
- > in seguito ad un lavoro di animazione;
- > da un incontro in un quadro strutturato (seminario, riunione, convegno, ecc.);
- > su richiesta di un gruppo di operatori locali, di un'impresa, di un'associazione.

Definizione del bisogno

Il bisogno di cooperazione verrà definito con maggiore precisione:

- > con la formulazione di obiettivi specifici chiaramente definiti, da concordare di concerto tra i partner;
- > con la proposta di un progetto in fase non troppo elaborata (da concordare con i partner), che specifica tuttavia il tipo di azioni da prospettare nell'ambito della partnership;
- > puntando su un'attiva partecipazione degli operatori locali (informazione, animazione, ecc.).

VIII.15

LUCIDO 9 (CONTINUA)

Gli obiettivi della cooperazione

LIVELLO I



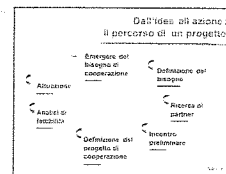
- > **ricercare masse critiche** - questo è probabilmente l'obiettivo più frequente dei progetti di cooperazione transnazionali attuati dai gruppi LEADER: sovente, infatti, i territori rurali dispongono di un capitale di risorse limitato che non consente loro, individualmente, di risolvere alcuni problemi o ottimizzare talune potenzialità. Unendo le loro forze, queste zone possono invece superare tali limiti e conseguire risultati che sarebbero altrimenti impossibili: realizzare economie di scala, proporre un'offerta congiunta di prodotti, sostenere i costi per l'introduzione di una nuova tecnologia o di un nuovo procedimento, "fare fronte comune" per ottenere una normativa più favorevole per il prodotto da valorizzare (come ad esempio nel caso dei GAL che hanno partecipato al progetto "La Via della Castagna").

VIII.14

LUCIDO 10 (CONTINUA)

Dall'idea all'azione: il percorso di un progetto

LIVELLO I



Ricerca di partner

La ricerca di partner può essere avviata soltanto dopo aver definito le proprie aspettative rispondendo a tre domande fondamentali:

- > Quali caratteristiche devono avere i partner potenziali? Analogie, complementarità, massa critica? Tipologia di territorio, tipo di struttura?
- > Quali sono le aspettative del gruppo rispetto a questo partner?
- > Cosa siamo in grado di offrire?

Incontro preliminare tra i partner

L'organizzazione di un incontro preliminare sul campo influirà in larga misura sulle fasi successive del progetto. Oltre a fare conoscenza e visitare i territori partner, questo incontro tende a misurare "ciò che si può fare insieme", decidere se passare - o meno - dall'idea al progetto comune.

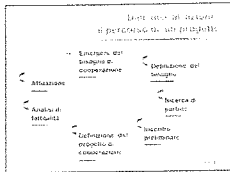
- > Vi è accordo sugli obiettivi e sulle principali linee del progetto?
- > Vi sono le capacità necessarie per lavorare insieme? In base a quali scadenze?
- > Quali sono i rispettivi limiti?

VIII.16

LUCIDO 10 (CONTINUA)

Dall'idea all'azione: il percorso di un progetto

LIVELLO I



Definizione del progetto di cooperazione

Questa fase inizia con l'elaborazione di obiettivi comuni che serviranno da punto di riferimento per l'intera fase di costituzione (definizione di una strategia, elaborazione di un piano d'azione, ricerca di finanziamenti, ecc.) e attuazione del progetto. Essi verranno citati in caso di eventuali controversie tra i partner e fungeranno da "bussola" per la gestione e la valutazione del progetto.

Successivamente si dovrà definire una strategia comune e stabilire un piano d'azione per il progetto. Nel caso di un progetto transnazionale, questa fase è analoga alla realizzazione di un progetto a livello locale, con l'unica differenza che essa presenta difficoltà specifiche dovute al suo carattere transnazionale:

- > le barriere linguistiche aumentano le possibilità di incomprensione;
- > la diversità dei contesti non agevola la definizione di un quadro di lavoro comune;
- > a causa della distanza, i legami tra i partner tendono ad affievolirsi.

VIII.17

LUCIDO 11

Gli effetti qualitativi della cooperazione

LIVELLO II



Gli effetti qualitativi ed immateriali indicati con maggiore frequenza riguardano soprattutto l'innovazione e l'apertura verso il mondo esterno.

Poiché l'innovazione è stata ampiamente trattata nel sesto capitolo della guida, in questa sezione ci si limiterà ad identificare gli altri effetti osservati nell'ambito di numerose azioni di cooperazione.

- > **Apertura e arricchimento culturale reciproco** - La cooperazione, vero e proprio antidoto al localismo, allo "spirito campanilistico", consente ai GAL di scoprire l'importanza della loro diversità, creando al contempo dei riferimenti e una lingua comuni che, a loro volta, favoriscono l'instaurazione di nuove forme di solidarietà. Essa favorisce l'apertura dei territori sul mondo esterno, nonché un arricchimento culturale grazie all'incontro tra operatori e popolazioni di culture diverse.
- > **Nascita di una cultura della cooperazione** - Alcuni territori hanno adottato a tutti i livelli (locale, regionale, nazionale e transnazionale) una strategia chiaramente incentrata sulla cooperazione e la partnership. In questo caso si diffonde una vera e propria "cultura della cooperazione".



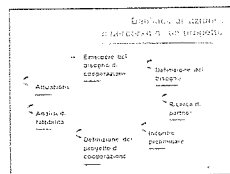
E32

VIII.19

LUCIDO 10 (CONTINUA)

Dall'idea all'azione: il percorso di un progetto

LIVELLO I



Analisi di fattibilità

Uno studio di fattibilità può consentire di precisare numerosi aspetti:

- > la capacità di ogni organizzazione di mobilitare le risorse finanziarie, umane, logistiche, nonché il tempo necessario, ecc.;
- > l'impatto dell'azione sui settori di attività e sulle categorie della popolazione interessati;
- > la vitalità del progetto (compresi gli aspetti finanziari).

Attuazione

La gestione di un progetto di cooperazione transnazionale è simile alla gestione di qualsiasi altro progetto. Tuttavia, un progetto di questo tipo viene gestito sia a livello transnazionale che a livello locale. Nel primo caso si dovrà verificare il corretto svolgimento delle operazioni, gestire i finanziamenti impegnati e valutare i risultati della cooperazione. A livello locale si tratterà soprattutto di sfruttare questi risultati per favorire lo sviluppo del territorio. Se correttamente considerati, alcuni punti possono agevolare l'attuazione del progetto:

- > definire chiaramente un coordinatore transnazionale;
- > elaborare un "quadro comandi" che consenta di verificare lo stato di avanzamento delle diverse componenti del progetto;
- > coinvolgere i gestori dei fondi nelle fasi che precedono l'adozione delle decisioni;
- > istituire un comitato direttivo transnazionale.

VIII.18

LUCIDO 11 (CONTINUA)

Gli effetti qualitativi della cooperazione

LIVELLO II



> **Diffusione all'esterno del gruppo di azione locale** - alcuni GAL tendono a "diffondere" i vantaggi della cooperazione presso altri operatori del loro territorio. Il gruppo LEADER diventa così una specie di agenzia locale che agevola l'accesso al livello transnazionale degli operatori che intervengono sul campo (imprese, associazioni, ecc.), fornendo loro un'assistenza tecnica (ricerca di partner, accesso ai dispositivi di finanziamento, ecc.) senza tuttavia partecipare direttamente alla realizzazione del progetto. In questo modo l'intero territorio accede alla cooperazione ed entra a far parte di un mondo globale, dove il livello locale rappresenta un punto di forza e non un limite. La differenza diventa una ricchezza da valorizzare e non è più un problema da risolvere "standardizzando" le produzioni e i territori.

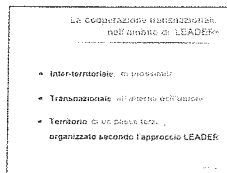
> **Apprendimento basato sull'esperienza** - la cooperazione transnazionale LEADER è anche, per gli operatori rurali che hanno deciso di vivere questa impegnativa avventura, uno strumento formativo, una "scuola della cooperazione", un'esperienza che consentirà loro di evitare numerose difficoltà nell'ambito dei rispettivi progetti futuri. Essa è inoltre portatrice di una "cultura del rischio" e spinge i GAL ad arricchire la strategia di sviluppo elaborata a livello locale: verificare la definizione del territorio, ricorrere eventualmente a nuovi metodi di animazione, rivedere il quadro della partnership, migliorare l'accesso all'innovazione, individuare nuovi collegamenti tra settori, consolidare il decentramento del processo decisionale, incentivare la popolazione ad "appropriarsi" delle modalità relative all'organizzazione in rete, ecc.

VIII.20

LUCIDO 12

La cooperazione transnazionale nell'ambito di LEADER+

LIVELLO I



Nell'ambito di LEADER+, la cooperazione prevede tre livelli:

- > la cooperazione inter-territoriale o "di prossimità" - Essa potrà riguardare tutti i territori rurali all'interno di uno Stato membro: i territori selezionati nell'ambito di LEADER+ o altri territori rurali organizzati conformemente all'impostazione LEADER e riconosciuti dallo Stato membro;
- > la cooperazione transnazionale all'interno dell'Unione europea - Essa è applicabile ai GAL appartenenti ad almeno due Stati membri, ed eventualmente ad altri territori rurali organizzati conformemente all'impostazione LEADER;
- > la cooperazione transnazionale con un territorio di un paese terzo, a condizione che questo sia organizzato conformemente all'impostazione LEADER.

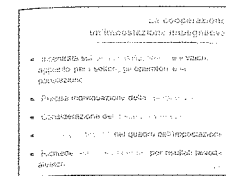
Nei tre casi sono ammissibili al finanziamento comunitario soltanto le spese riguardanti il territorio beneficiario di LEADER+.

VIII.21

LUCIDO 13

La cooperazione: un'impostazione impegnativa

LIVELLO II



La cooperazione transnazionale è stata ideata come un "vantaggio supplementare" che rafforza l'intervento dei GAL nell'ambito della loro strategia di sviluppo. Tuttavia, per quanto stimolante essa sia, questa formula rientra in un'impostazione impegnativa che deve tenere presenti talune condizioni:

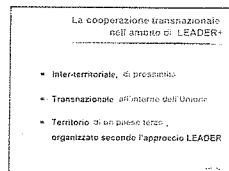
- > la cooperazione transnazionale assume il suo pieno significato su **tematiche importanti** per il futuro dei territori interessati (correlate al tema catalizzatore) e nei casi in cui essa apporta un valore aggiunto ai settori di attività, agli operatori e alle popolazioni coinvolti;
- > una precisa valutazione della **pertinenza di un progetto** di cooperazione richiede un sostanziale rigore da parte dei GAL;
- > in materia di cooperazione è necessario percepire e strutturare in modo articolato i **rispettivi interessi** per poter giungere alla definizione di obiettivi comuni;
- > il progetto di cooperazione transnazionale giunge "a tempo debito", di norma quando il processo locale è già consolidato (popolazione e operatori locali coinvolti, ampia condivisione di una visione globale del territorio, partnership locale operativa, tema catalizzatore e strategia di sviluppo definiti, azioni locali in fase di realizzazione);
- > l'organizzazione degli scambi transnazionali non è mai un'operazione semplice. Oltre a adeguate capacità interculturali e risorse finanziarie, questi scambi richiedono **tempo ed energie** per risultati talvolta aleatori.

VIII.23

LUCIDO 12 (CONTINUA)

La cooperazione transnazionale nell'ambito di LEADER+

LIVELLO I



La cooperazione deve apportare un reale valore aggiunto ai territori.

Essa consiste nella condivisione del know-how e/o delle risorse umane e finanziarie disseminate in ciascuno dei territori interessati, in conformità con gli orientamenti tematici ("temi catalizzatori") precisati dai GAL nei rispettivi piani di sviluppo.

La cooperazione non può consistere in un mero scambio di esperienze, bensì nella realizzazione di un'azione comune, possibilmente integrata in una struttura comune.

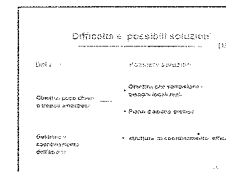
Un GAL capo fila sarà responsabile dell'attuazione della cooperazione di prossimità e della cooperazione transnazionale.

VIII.22

LUCIDI 14-15

Difficoltà e possibili soluzioni

LIVELLO II



Le **principali difficoltà** indicate dai gruppi LEADER II riguardano:

- > la partnership transnazionale (talvolta inefficace e improduttiva);
- > gli obiettivi del progetto (poco chiari o troppo ambiziosi);
- > la gestione e il coordinamento dell'azione di cooperazione (per la mancanza di esperienza o di follow-up);
- > i problemi amministrativi, finanziari e giuridico-legali;
- > talvolta, l'incapacità di far riconoscere a livello locale l'utilità del progetto di cooperazione.

Nonostante la diversità dei gruppi LEADER per quanto riguarda l'esperienza transnazionale e il grado di pertinenza del tema di cooperazione scelto si possono individuare alcune piste che consentono di delineare **soluzioni in grado di migliorare l'efficacia della cooperazione transnazionale rurale**:

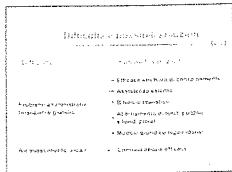
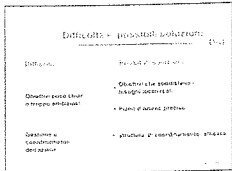
- > individuare i partner più idonei e associarli nell'ambito di una partnership attiva e solida;
- > definire un tema e obiettivi che soddisfino i bisogni locali reali;
- > elaborare con precisione il piano d'azione;
- > creare una struttura di coordinamento chiaramente definita e responsabilizzata, che assicuri un follow-up e una valutazione permanenti;
- > non esitare a ricorrere ad un dispositivo di assistenza esterna (in particolare l'Osservatorio LEADER);
- > migliorare la gestione e prevedere una dotazione di bilancio realistica per l'azione di cooperazione;

VIII.24

LUCIDI 14-15 (CONTINUA)

Difficoltà e possibili soluzioni

LIVELLO II



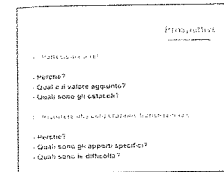
- > non sottovalutare i problemi linguistici (prevedere un servizio di traduzione e/o interpretariato professionale);
- > utilizzare una combinazione più ampia di risorse finanziarie abbinando fondi pubblici e privati;
- > mettere a punto e promuovere modelli giuridico-legali adatti alle associazioni, agli organismi e alle reti transnazionali;
- > diffondere meglio le prassi consolidate per quanto riguarda le norme di qualità;
- > radicare il progetto di cooperazione a livello locale fornendo una risposta adeguata ai bisogni del territorio, coinvolgendo quanto più possibile la popolazione per suscitare la sua adesione al processo e informandola periodicamente in merito allo svolgimento e ai risultati dell'azione di cooperazione.

VIII.25

LUCIDO 16 (CONTINUA)

Prospettive

LIVELLO II



- Quali sono gli apporti specifici della cooperazione per il territorio?
1. Realizzazione di progetti locali che non sarebbe stato possibile attuare altrimenti?
 2. Promozione di azioni innovative?
 3. Valorizzazione di analogie o complementarità?
 4. Raggiungimento di una massa critica precedentemente insufficiente a livello locale?
 5. Creazione di una rete tematica?
 6. Altro?

Quali sono gli ostacoli o le difficoltà specifici?

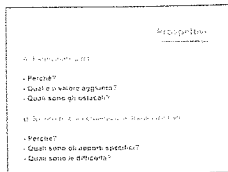
1. Costituire una partnership adeguata?
2. Definire correttamente il contenuto del progetto?
3. Garantire una gestione efficace?
4. Mancanza di pertinenza del progetto transnazionale a livello locale?
5. Gli aspetti giuridici, amministrativi, finanziari?
6. La mancanza di assistenza tecnica?
7. Altri ostacoli?

VIII.27

LUCIDO 16

Prospettive

LIVELLO II



Perché partecipare ad una o più reti?

1. Per risolvere difficoltà specifiche e puntuali?
2. Per lo scambio di informazioni?
3. Per lo scambio di prassi?
4. Per il trasferimento delle esperienze?
5. Per la ricerca di partner?
6. Per altri motivi?

Quali vantaggi si prevedono?

1. Minore isolamento del territorio?
2. Minore isolamento degli animatori?
3. Miglioramento delle competenze locali?
4. Scambi con operatori di altri territori?
5. Sostegno all'innovazione?
6. Altri vantaggi?

Quali ostacoli frenano la partecipazione alle reti?

VIII.26

CAPITOLIO IX

Il finanziamento e la gestione di prossimità

schema del capitolo

Lucido 1	Il finanziamento e la gestione di prossimità	Livello I
Lucido 2	Difficoltà in materia di finanziamento e gestione di prossimità	Livello I
Lucido 3	Meccanismi gestibili	Livello I
Lucido 4	Lezioni della gestione di prossimità	Livello I
Lucido 5	Deviazioni e progetti innovativi di finanziamento	Livello II
Lucido 6	Valutazioni e feedback finanziari e di finanziamento	Livello II
Lucido 7	Altre note di riferimento	Livello II
Lucido 8	Procedura locale di finanziamento	Livello II
Lucido 9	Lo scenario, lo sviluppo di ingegneria finanziaria	Livello II
Lucido 10	Espressioni	Livello II

CAPITOLIO IX

schema del capitolo



Espressioni

Sezione "casi innovativi"

M01 - M02 - M03 - M43 - M53

M23

S23 - S26 - S27

CAPITOLIO IX

riferimenti



Comunicazioni della Commissione europea agli Stati membri

LEADER
Comunicazione del 14 aprile 2000 recante gli orientamenti per l'attuazione comunitaria in materia di sviluppo rurale (LEADER)
REF. 2000/CY 39/16

Dossier LEADER II

Calluna "Iniziativa in partito rurale"
N. 4: La valutazione del primo periodo nell'approccio LEADER (1999)
N. 9: Il finanziamento locale nei territori rurali (2000)

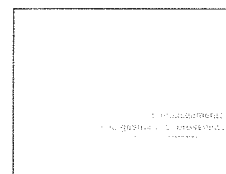
Dossier dell'Iniziativa
N. 3: Iniziative e insegnamenti di LEADER nelle fattorie agricole rurali (1994)

LEADER Magazine
N. 16: Secondo convegno LEADER "Per una nuova iniziativa comunitaria per lo sviluppo rurale: 200 sfide e soluzioni" (Giugno 1997-1998)
N. 24: I fondi strutturali e lo sviluppo territoriale integrato (Autunno 2000) (per LEADER 2000-2006) (vedi a pag. 21)

LIVELLO I

Il finanziamento e la gestione di prossimità

LIVELLO I



La gestione ad un livello quanto più vicino alle realtà sul campo è uno strumento fondamentale a disposizione dei gruppi LEADER per intervenire sul proprio territorio. Questo tipo di gestione implica in particolare la possibilità di decidere in merito ai finanziamenti da concedere ai progetti e, talvolta, alla loro gestione diretta.

Il principio di sussidiarietà e il decentramento delle modalità di finanziamento e di gestione costituiscono la **prima sezione** del presente capitolo (lucidi 2,3 e 4).

La **seconda sezione** del capitolo (lucidi da 5 a 9) verte sull'accesso al finanziamento in materia di sviluppo locale. Le difficoltà di accesso al finanziamento, infatti, possono limitare in modo sostanziale la creazione di nuove attività e l'emergere dei progetti, in particolare quelli di ridotta entità.

La seconda sezione mostra l'esistenza di una vasta gamma di strumenti finanziari cui possono ricorrere i gruppi LEADER, in quanto la normativa comunitaria autorizza, oltre alla sovvenzione, il ricorso ai Fondi strutturali europei per l'ingegneria finanziaria.

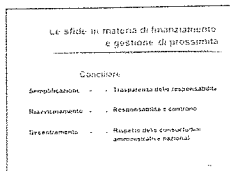


II/10

LUCIDO 2

Le sfide in materia di finanziamento e gestione di prossimità

LIVELLO I



L'accesso al finanziamento è una tematica fondamentale in materia di sviluppo locale.

La capacità di concedere finanziamenti e/o di agevolarne la ricerca sono strumenti a disposizione dei gruppi LEADER per gestire il proprio programma.

Il decentramento delle decisioni relative all'attribuzione e alla gestione delle risorse finanziarie è una componente dell'impostazione LEADER e, nella pratica, i GAL hanno sovente il compito di adottare e attuare decisioni in questo campo.

A tale titolo, il potere decisionale a livello locale rientra nella strategia di sviluppo adottata dai GAL. Il coordinamento delle attività di animazione, gestione e finanziamento è parte integrante delle missioni affidate al gruppo di azione locale.

È necessario comprendere correttamente le sfide inerenti a questa funzione:

1. **conciliare semplificazione e trasparenza** - si tratta di **semplificare** i meccanismi di intervento, garantendo al contempo la **trasparenza** e la chiarezza nell'**attribuzione delle responsabilità** relative alla gestione di fondi pubblici;

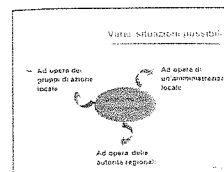


IX.5

LUCIDO 3

Varie situazioni possibili

LIVELLO I



In tutti i territori LEADER, la decisione di concedere i finanziamenti (selezione dei progetti da sovvenzionare, importi stanziati, ecc.) spetta in primo luogo al gruppo di azione locale. Nell'Unione europea si osservano tuttavia varie modalità di gestione finanziaria:

- > gestione dei finanziamenti **direttamente ad opera dei GAL**, con riserva di una garanzia bancaria o un'assicurazione - Questo sistema predomina in Portogallo, in Irlanda e nella maggior parte delle regioni spagnole. In questo caso viene applicato il principio della sovvenzione globale e del controllo a posteriori ed il GAL fruisce di una relativa autonomia, fermo restando il rispetto dei criteri di ammissibilità dei tre Fondi strutturali. Vari gruppi LEADER hanno applicato il principio del decentramento, quanto meno per una parte del loro intervento, sino al livello di un micro-territorio;
- > gestione dei finanziamenti **ad opera di un'amministrazione locale** - Questo sistema predomina, ad esempio, in Finlandia o nella provincia di Bolzano in Italia;
- > gestione dei finanziamenti **ad opera delle autorità regionali o nazionali** - Questa modalità è stata scelta soprattutto in Belgio, Francia, Svezia, Danimarca, in numerosi Länder tedeschi nonché in Inghilterra.



S26

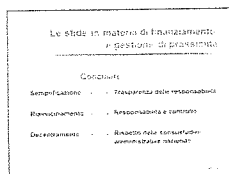
M01

IX.7

LUCIDO 2 (CONTINUA)

Le sfide in materia di finanziamento e gestione di prossimità

LIVELLO I



2. **conciliare prossimità con responsabilità e controllo** - i gruppi LEADER sono talvolta combattuti tra una logica di **prossimità** rispetto ai beneficiari e le funzioni di **responsabilità e controllo** dei finanziamenti, che rientrano nella sfera delle competenze delle amministrazioni pubbliche o degli enti incaricati. Questa competenza presuppone un necessario grado di autonomia rispetto ai beneficiari;

3. **conciliare decentramento e rispetto delle consuetudini amministrative** - poiché in questo ambito vige il principio di sussidiarietà, il grado di "decentramento" dipende dalle prassi e dalle **consuetudini amministrative** dei singoli Stati o delle Regioni all'interno dell'Unione europea.

A seconda dei casi, vari parametri intervengono nella scelta della modalità gestionale: la formula di intervento ("programma operativo" o "sovvenzione globale") scelta dallo Stato membro di concerto con la Commissione europea, l'entità della dotazione finanziaria, i regolamenti nazionali o regionali sul cofinanziamento pubblico e il tipo di struttura (pubblica, privata, mista) che accoglie il gruppo di azione locale.

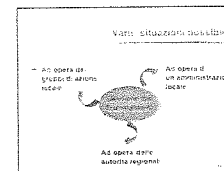


IX.6

LUCIDO 3 (CONTINUA)

Varie situazioni possibili

LIVELLO I



Non è possibile, né auspicabile, formulare un giudizio globale sul valore di queste varie soluzioni poiché l'obiettivo principale consiste nel trovare il migliore equilibrio tra l'efficacia, la flessibilità e l'autonomia decisionale dei gruppi da un lato e, dall'altro, il rigore nella gestione dei fondi pubblici.

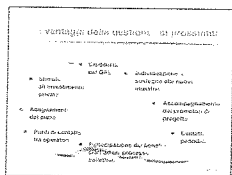
In linea di massima, le amministrazioni nazionali o regionali hanno considerato positiva questa forma di decentramento. Se correttamente gestito, l'intervento pubblico il più vicino possibile al cittadino ha infatti mostrato la propria efficacia nell'incentivare le iniziative e creare le condizioni che favoriscono gli investimenti privati.

Ma i meccanismi attuati non hanno sempre avuto la flessibilità e la rapidità auspicata. Sovente complessi, essi hanno causato lungaggini amministrative in contrapposizione con i bisogni delle realtà sul campo. Talvolta, queste difficoltà hanno influito negativamente sul corretto funzionamento dell'iniziativa.

IX.8

LUCIDO 4

I vantaggi della gestione di prossimità



Assumendosi la responsabilità della gestione e delle decisioni in materia di finanziamento, il GAL rafforza la sua capacità di conseguire i seguenti obiettivi:

- > affermare la propria credibilità in quanto agente di sviluppo del territorio;
- > individuare e sostenere le nuove iniziative;
- > affiancare i promotori di progetto e dar fiducia alle loro idee - LEADER sostiene le fasi iniziali di numerosi progetti di ridotta entità finanziando studi di fattibilità, accompagnando il processo "dall'idea al progetto", realizzando gli investimenti immateriali (studi, formazione) non contemplati dal finanziamento di altri programmi;
- > garantire il follow-up dei progetti di concerto con i beneficiari tramite contatti diretti e periodici;
- > favorire la partecipazione del beneficiario/promotore di progetto ad altre iniziative locali, di tipo più collettivo (concertazione, processi di apprendimento e progetti collettivi, condivisione di esperienze, ecc.);
- > instaurare collegamenti e **punti di contatto** tra gli operatori locali;
- > adeguare il piano di sviluppo locale in funzione dei nuovi bisogni emersi;
- > promuovere gli **investimenti privati** nei progetti locali.

LIVELLO I



M02

S26

M53

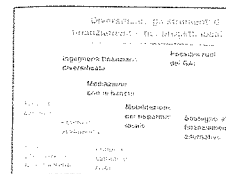
M01

M14

IX.9

LUCIDO 5 (CONTINUA)

Diversificare gli strumenti di finanziamento dei progetti locali



Per i pochi GAL che hanno sperimentato azioni in questo campo, le forme di finanziamento attuate sono rappresentate in particolare dalla creazione di **fondi di garanzia** che consentono di fronteggiare, in genere parzialmente, il rischio finanziario correlato al progetto; di **fondi di avviamento** che permettono di contribuire alla costituzione del fondo di esercizio della futura impresa; di **fondi di capitale di rischio** che consentono di assumere partecipazioni al capitale delle imprese create.

Ma a prescindere dalla formula scelta, il finanziamento in materia di sviluppo locale comporta una volontà etica:

- > responsabilizzazione del beneficiario in modo che il suo progetto contribuisca alla dinamica locale;
- > coinvolgimento degli istituti di credito affinché si orientino verso i bisogni locali nonostante l'attrattiva dei mercati finanziari esterni;
- > ricerca di effetti moltiplicatori dei fondi pubblici privilegiando, quando possibile, i prestiti rispetto alle sovvenzioni.

LIVELLO II



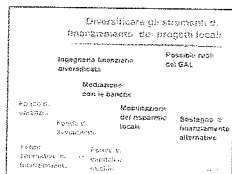
S27

S23

IX.11

LUCIDO 5

Diversificare gli strumenti di finanziamento dei progetti locali



La **sovvenzione** è la formula finanziaria utilizzata con maggiore frequenza nell'ambito di LEADER. Si tratta di un aiuto pubblico destinato ad un progetto individuale o di interesse collettivo. La sovvenzione, cofinanziata dai fondi europei e dai fondi pubblici nazionali, può coprire una percentuale variabile dei costi di un progetto a seconda del tipo di azione ipotizzata e del territorio. La quota restante viene sostenuta dal promotore di progetto.

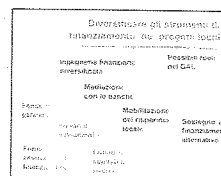
In alcuni casi, in particolare per i progetti di ridotta entità e talvolta per i progetti più innovativi, i promotori di progetto non dispongono di capitali propri o di garanzie sufficienti. Senza un finanziamento, anche minimo, questi progetti rischiano di non poter essere avviati. Questa situazione si riscontra soprattutto nel caso di progetti di ridotte dimensioni promossi da una o due persone, di progetti culturali o associativi scarsamente considerati dalle banche, di progetti promossi da donne o da persone in situazione precaria, per le quali l'autoimpiego potrebbe rappresentare un'opportunità per reinserirsi nel mercato del lavoro.

Le formule di finanziamento ideate per questi progetti o queste categorie di pubblico esistono, ma sino ad ora sono state raramente utilizzate dai GAL; queste forme alternative sono possibili nell'ambito dei programmi europei a condizione che prevedano formule di ingegneria finanziaria conformi alla normativa europea in materia.

LIVELLO II

LUCIDO 5 (CONTINUA)

Diversificare gli strumenti di finanziamento dei progetti locali



Concretamente, il GAL può ricorrere a varie modalità di intervento:

- > diversificare l'**ingegneria finanziaria**, ad esempio attingendo ai fondi LEADER per introdurre prodotti finanziari adeguati ai bisogni dei progetti quali i fondi di garanzia, ecc.;
- > svolgere un ruolo di **mediazione** tra gli istituti di credito e i promotori di piccoli progetti per agevolare l'accesso al credito bancario; suscitare l'interesse delle banche coinvolgendole nella partnership e nell'assunzione del rischio;
- > mobilitare il **risparmio locale**;
- > favorire o partecipare alla creazione di **formule di finanziamento alternative** (banche "etiche", prestiti sull'onore, ecc.).



M53

P53

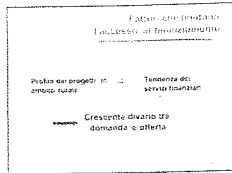
S27

IX.10

IX.12

LUCIDO 6

Fattori che limitano l'accesso al finanziamento



Il crescente divario tra i bisogni locali e i finanziamenti offerti delle banche rischia di mettere a repentaglio un certo numero di progetti, in particolare quelli più innovativi o quelli promossi da categorie svantaggiate della popolazione. Questo divario è correlato alla tendenza alla concentrazione dei mercati finanziari e alla riduzione delle agenzie degli istituti bancari nelle zone rurali.

Le difficoltà di accesso al finanziamento possono essere dovute a molteplici fattori:

- > il **profilo dei progetti in ambito rurale** - promotori di progetti di ridotte dimensioni; promotori di progetto isolati (dispersione geografica, piccoli settori di attività poco noti); progetti a rischio (incertezza sulle condizioni di fattibilità economica del progetto);
- > le **attuali tendenze dei servizi finanziari**:
 - la concentrazione nel settore bancario dovuta al raggruppamento delle zone geografiche ha portato a situare la sede decisionale nelle città, ossia sempre più distante dall'economia rurale;
 - le vaste reti di agenzie rurali continuano ad essere, in generale, interessanti per intercettare una parte consistente del risparmio rurale, ma non sono più attrezzate per il finanziamento dei progetti: il tasso di reinvestimento del risparmio rurale diminuisce (sovente è inferiore al 25%).

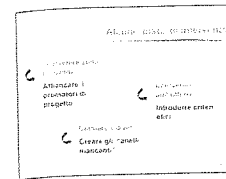
LIVELLO II



IX.13

LUCIDO 7 (CONTINUA)

Alcune piste di intervento



Intervenire sull'offerta

- A tale proposito vi sono diverse possibilità:
- > molti gruppi LEADER hanno integrato nella loro partnership alcuni istituti finanziari;
 - > sull'esempio della Rete aragonese di Sviluppo (RADR) in Aragona (Spagna), alcuni GAL hanno costituito una rete per negoziare collettivamente condizioni di credito più vantaggiose presso le banche.

L'introduzione di criteri etici a livello dell'offerta consente di auspicare un migliore adeguamento di quest'ultima alle esigenze della domanda. Può trattarsi di criteri etici proposti dalle banche commerciali per una parte dei loro fondi o di sistemi alternativi di finanziamento con un orientamento etico.

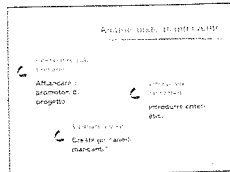
LIVELLO II



IX.15

LUCIDO 7

Alcune piste di intervento



Le soluzioni per colmare i divari tra domanda ed offerta in materia di finanziamento e favorirne il collegamento possono essere di tre tipi:

Intervenire sulla domanda

Ciò che il gruppo LEADER Tarn des Montagnes (Midi-Pyrénées, Francia) definisce nella sua strategia la "ricerca a tappeto dei progetti" consiste nell'organizzare, su un breve periodo (di norma tre mesi), un'intensa attività di animazione locale che consenta di individuare tutte le iniziative o i progetti potenziali, conferire loro una coerenza globale e, soprattutto, fornire a ciascuno un'assistenza tecnica personalizzata. Tutti i progetti così individuati, a prescindere dalla loro natura ed entità, vengono presi in considerazione. Ne viene quindi accertata la fattibilità e se l'esito di tale analisi è positivo viene immediatamente avviato un processo di affiancamento.

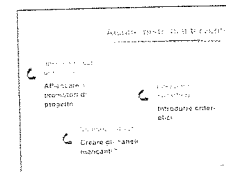
LIVELLO II



IX.14

LUCIDO 7 (CONTINUA)

Alcune piste di intervento



Colmare i divari esistenti

- La costituzione di strutture specifiche può permettere di creare gli "anelli mancanti", ad esempio prevedendo:
- > funzioni di informazione e comunicazione (informare i risparmiatori circa le possibilità di investimento a livello locale);
 - > un'offerta complementare all'offerta commerciale esistente, in modo da esercitare un effetto leva per il finanziamento di progetti in fase iniziale, quando la fiducia dei finanziatori non è ancora certa;
 - > dispositivi che consentano di soddisfare i requisiti imposti dall'offerta, requisiti che i candidati al prestito non erano in grado di soddisfare in precedenza. Si tratta, in particolare, dei fondi di garanzia che, nei confronti delle banche, si sostituiscono in parte ai promotori di progetto per garantire il fido;
 - > il raggruppamento dei soggetti richiedenti in modo da ottenere collettivamente condizioni più vantaggiose.

LIVELLO II



IX.16

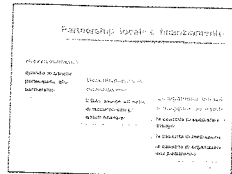
LUCIDO 8

Partnership locale e finanziamento

LIVELLO II



II/10, V/7



Oltre a favorire il **riavvicinamento** dei promotori di progetto grazie al **decentramento dei finanziamenti**, i gruppi LEADER hanno potuto influenzare a livello locale le banche situate nelle zone rurali e svolgere un ruolo di accordo tra istituti finanziari e candidati al finanziamento.

La formula della partnership locale, elemento intrinseco di LEADER, ha contribuito in talune zone a creare un rapporto privilegiato con gli organismi finanziari: alcuni GAL, in particolare in Spagna, hanno previsto all'interno della loro compagine sociale la partecipazione di rappresentanti del settore bancario, con i quali è stato possibile negoziare taluni impegni. Questo tipo di alleanza è di norma positivo per i promotori di progetto.

Concepita in questo modo, l'autonomia finanziaria rafforza la **partnership locale** e la **legittimità del GAL**.

- > favorendo la capacità di fornire una risposta flessibile ai bisogni esistenti;
- > creando a livello locale un potere di contrattazione;
- > organizzando una piattaforma cui partecipano gli istituti finanziari locali.

V/21

IX.17

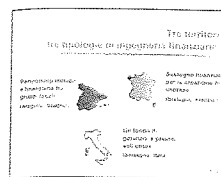
LUCIDO 9 (CONTINUA)

Tre territori, tre tipologie di ingegneria finanziaria

LIVELLO I



M53



La RADR: partnership tecnico-finanziaria tra gruppi di azione locale (Aragona, Spagna)

Nel 1996, 13 gruppi LEADER dell'Aragona hanno costituito la "Rete Aragonesa dello Sviluppo Rurale" per favorire azioni di cooperazione tra loro e poter negoziare in modo collettivo con le amministrazioni e gli istituti bancari. La rete ha siglato un accordo con la principale banca regionale dell'Aragona ottenendo da questa agevolazioni per l'accesso al credito, nonché finanziamenti per l'avvio di progetti che prevedevano la partecipazione di vari GAL.

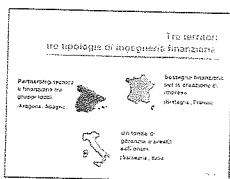
LUCIDO 9

Tre territori, tre tipologie di ingegneria finanziaria

LIVELLO I



S23



"GALCOB Initiative": sostegno finanziario per la creazione di imprese (Bretagna, Francia)

L'associazione "GALCOB Initiative", fondata nel 1993 dal gruppo LEADER Centre-Ouest Bretagne, concede prestiti ai promotori di progetto locali. Si tratta di prestiti sull'onore senza garanzia e senza interessi, per un importo compreso tra 3 000 e 15 000 EUR, rimborsabili in 5 anni. Queste condizioni sono possibili grazie all'intervento congiunto di enti pubblici, persone e organismi privati mediante un sistema di tutoring.

"LEADERFIDI": fondo di garanzia e prestiti sull'onore (Sardegna, Italia)

LEADERFIDI è stato creato nel 1996 su iniziativa del gruppo Anglona Monte Acuto a sostegno delle PMI locali e delle nuove iniziative. In Sardegna il denaro è caro e i candidati al fido non sono in grado di fornire le garanzie richieste. Dal 1998, una cooperativa finanziaria è incaricata di amministrare il fondo. Sostenuta da varie strutture pubbliche, essa annovera 100 soci.

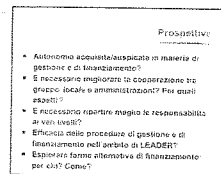
S27

IX.18

LUCIDO 10

Prospettive

LIVELLO II



Parte I

Qual è il grado di autonomia dell'attuale partnership locale nel processo decisionale e gestionale in materia di finanziamenti?

Quali aspetti sono vincolati ad una cooperazione con le amministrazioni interessate?

1. Attuazione del GAL?
2. Realizzazione delle istruttorie relative ai progetti?
3. Gestione dei fondi?
4. Articolazione con altri programmi?
5. Attività di informazione e diffusione dei risultati?
6. Ricerca di cofinanziamenti?
7. Cooperazione transnazionale?

È possibile migliorare o esplorare altre modalità per la ripartizione delle responsabilità tra l'amministrazione nazionale/regionale e il gruppo di azione locale?

Le procedure di gestione LEADER si rivelano efficaci e soddisfacenti rispetto ad altri programmi?

Parte II

Dovrebbero essere analizzate formule alternative di finanziamento o di ingegneria finanziaria? Per quali bisogni?

IX.20

ALLEGATO 1

*12 reportage
tratti da LEADER Magazine*



LEADER Anhalt-Zerbst [Germania]

Qualcosa di nuovo ad oriente

Sostenendo la ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti, LEADER partecipa alla creazione di attività, così necessarie per il rilancio del mondo rurale nella parte orientale della Germania. Un esempio nella Sassonia-Anhalt.

Venerdì 7 febbraio 1997. Gli ultimi dati sulla disoccupazione sono implacabili: in Germania vi sono ormai 4.660.000 disoccupati, un triste record ineguagliato dal giugno 1933. Complessivamente, il 12,2% della popolazione attiva non ha lavoro, ma nei "nuovi Länder" [*] il tasso di disoccupazione raggiunge il 17,3%, circa il doppio di quello osservato all'ovest (9,8%). Ma si tratta di una media: nel notiziario di mezzogiorno la radio regionale annuncia che con 279.000 persone alla ricerca di un impiego, il Land della Sassonia-Anhalt registra un tasso di disoccupazione del 21%. In pieno carnevale, e in un paese in cui il lavoro rappresenta un valore assoluto, questa notizia non può che demoralizzare.

"E non è tutto. Bisognerebbe conoscere la ripartizione per categoria di popolazione", commenta Elke-Andrea Cieciewski, responsabile di progetto LEADER. *"La disoc-*

cupazione giovanile è molto più alta, così come quella delle donne, soprattutto nelle zone rurali: poco mobili, in particolare perché molte non hanno la patente e numerosi asili sono stati chiusi, le donne sono particolarmente colpite dalla disoccupazione."

"Arbeitsplätze" (posti di lavoro) è un termine che Elke-Andrea utilizza costantemente quando presenta la strategia e le azioni del gruppo LEADER Anhalt-Zerbst, che interviene in una zona corrispondente all'omonimo distretto regionale [*]. Il centro dell'antico ducato sovrano di Anhalt, lungo il fiume Elba, è una regione estremamente rurale su cui sono disseminati 69 paesini (di cui 42 con una popolazione inferiore ai 500 abitanti) e due città, Rosslau e Zerbst (circa 15.000 abitanti), di dimensioni piuttosto ridotte rispetto alla media tedesca. Oltre alle 299 aziende agricole (1/3 con più di 75 ha; 2 aziende con oltre

3.000 ha), il territorio conta numerose aziende nel settore chimico e metallurgico. *"Molte imprese, tuttavia, hanno dovuto chiudere e attualmente si stanno insediando soprattutto negozi 'discount', snack bar e altri negozi che tendono a far spendere soldi piuttosto che a farne guadagnare",* si rammarica Gerhard Sittig, imprenditore e membro del GAL. *"Abbiamo bisogno di imprese produttive, in grado di creare un reale valore aggiunto. A tale proposito siamo ben lontani dal livello che esisteva prima del 1990".*

Il gruppo di azione locale è stato fondato nel 1995 su iniziativa di dieci operatori socio-economici *"decisi a fare qualche cosa"*. I suoi 13 membri attuali sono rappresentanti di enti pubblici (Land, antenna locale del ministero dell'Agricoltura, agenzia per l'occupazione, Istituto regionale per la formazione degli adulti), di consorzi socioprofessionali (due sindacati dei coltivatori diretti e un'associazione di operatori turistici) e di comuni nonché promotori di progetto, imprenditori e agricoltori. *"Una volta approvato il progetto, il promotore diventa membro del GAL a pieno titolo",* precisa Heinz Vierenkle, direttore del gruppo di azione locale. *"Nove progetti sono attualmente in fase di realizzazione. Prossimamente verranno attuate quattro azioni supplementari, a cui se ne aggiungeranno altre. Procediamo per fasi successive: non appena la prima tornata di progetti sarà quasi ultimata, nuovi investimenti verranno ad aggiungersi all'insieme iniziale."*

Con il sostegno di LEADER il gruppo Anhalt-Zerbst ha innanzi tutto creato un "Centro dello sviluppo rurale" (LEZ/Ländliches Entwicklungszentrum).

"LEADER ci ha dato l'energia di cui avevamo bisogno per costruire 'una piattaforma dello sviluppo locale'", afferma Heinz Vierenkle. Situato presso la sezione locale del sindacato agricolo Bauernverband, il LEZ fornisce consulenza e facilita le pratiche dei promotori di progetto anche nel quadro di diversi programmi di sviluppo tedeschi (programma per il rinnovamento dei villaggi, azioni a favore delle donne, del settore turistico, ecc.), coordinando al contempo le azioni LEADER. Queste ultime sono incentrate sulla creazione di attività e privilegiano tre settori di intervento: l'aiuto alle PMI, la vendita diretta di prodotti locali e il turismo.

Alcuni campioni di materiali isolanti fabbricati a base di segale



L'automobile di Karl-Heinz Günther alimentata con diesel biologico

Imprese biologiche

Karl-Heinz Günther è uno dei direttori di un'impresa di 18 dipendenti specializzata nella vendita e nella manutenzione di veicoli industriali. Nel 1995 uno studio regionale sulle possibilità offerte dalla trasformazione della colza in carburante e lubrificante per motori attira la sua attenzione: *"per ampliare l'impresa dovevamo diversificare le nostre attività, pur restando nello stesso settore. La regione produce grandi quantità di colza e l'interesse per il diesel biologico è in costante aumento in Germania. Perché non conciliare questi fattori e orientarci verso la conversione di veicoli a biocarburante e/o biolubrificante?"*

L'impresa fruisce di un aiuto LEADER di 22.000 ECU che vengono investiti per l'acquisto delle apparecchiature tecniche necessarie, l'organizzazione di dimostrazioni e il sondaggio del mercato. All'interno dell'impresa, due persone vengono incaricate del progetto che, dal suo avvio sei mesi or sono, ha permesso di convertire 3 autovetture e 1 camion al carburante di origine agricola. *"Può sembrare poco",* si difende Karl-Heinz, *"ma è già un inizio: l'energia biologica ha un futuro, soprattutto i lubrificanti. I comuni sembrano interessati al progetto. Il principale problema del diesel d'origine agricola è di tipo logistico: la maggior parte delle stazioni di servizio che vendono questo tipo di carburante è situata nell'area occidentale della Germania; attualmente ve ne sono soltanto due nella Sassonia-Anhalt. Per il momento dobbiamo rifornire noi i clienti. E in questo campo siamo dei veri e propri pionieri. Dobbiamo raggiungere una massa critica di utilizzatori che permetterà agli agricoltori della regione di trovare un nuovo sbocco commerciale."*

La stessa scommessa di Gerhard Sittig: produrre materiali industriali a base di derrate agricole. Questo ex presidente della LPG locale (si veda il riquadro) è dal 1994 uno dei 6 azionisti di una società che fabbrica materiali di imballaggio a partire da granoturco importato dall'Italia, una sorta di "polistirene ecologico". La produzione è stata avviata nel 1995 e l'impresa, una delle 5 esistenti in Germania su tale mercato, intende ampliare le proprie attività alla fabbricazione di piastre isolanti prodotte *"nella misura del possibile, con segale coltivata localmente",* spiega Gerhard. *"Il mercato dei materiali isolanti ecologici cresce ogni anno del 10%. Una volta messe a punto le piastre di segale potremo assorbire rapidamente la produzione di 2.000 ha di segale coltivata dagli agricoltori del luogo"*. Una sovvenzione LEADER permette di finanziare il 30% delle spese dovute alla fase sperimentale e al lancio del nuovo prodotto.

Le zone rurali dell'est della Germania tra ristrutturazione e nuovo sviluppo

Le zone rurali dei nuovi Länder tedeschi sono confrontate ad una duplice sfida: entrare nell'economia di mercato adeguandosi al contempo ai grandi mutamenti che interessano l'insieme del mondo rurale europeo (globalizzazione, riforma della PAC, ecc.). Il prezzo da pagare si è già manifestato con un calo spettacolare del numero di posti di lavoro. Lo shock è tanto più rude in quanto il processo di ristrutturazione non è ancora ultimato.

Nell'ex Repubblica democratica tedesca la totalità dell'economia rurale era gestita dalle Cooperative di produzione agricola ("Landwirtschaftliche Produktions Genossenschaften/LPG") istituite a partire dal 1950.

Oltre all'organizzazione collettivistica del settore agricolo e agro-alimentare, queste cooperative garantivano i principali servizi alla popolazione rurale: sanità, assistenza sociale, aiuti all'infanzia (asili e scuole materne), impianti e attività ricreative, ecc. Presenti anche nei villaggi più piccoli, queste cooperative esercitavano un sostanziale impatto in termini occupazionali.

Sebbene non fosse un settore privilegiato dell'economia e nonostante risultati meno spettacolari di quelli dell'industria, l'agricoltura della Germania democratica permetteva tuttavia di esportare parte della produzione (cereali, barbabietole, patate) e occupava il 18% della popolazione attiva. Nelle zone rurali risiedevano inoltre numerosi lavoratori delle città. Rispetto al contesto dei paesi dell'ex blocco comunista, il livello dei servizi e i redditi erano elevati.

Con la riunificazione della Germania, l'agricoltura, così come gli altri settori dell'economia dei nuovi Länder, è stata soggetta ad un profondo processo di ristrutturazione. Lo smantellamento delle LPG e dei complessi industriali legati alle attività di queste cooperative - in numerosi villaggi, ad esempio, esistevano officine per il montaggio e la manutenzione dei macchinari agricoli - ha portato ad un drastico calo dell'occupazione rurale, in particolare nel settore agricolo (si veda la tabella riportata oltre).

L'euforia per la caduta della cortina di ferro è ormai passata, ma la ristrutturazione dell'economia non è ancora ultimata, in particolare nelle zone rurali. Oltre alle difficoltà proprie delle regioni dell'Obiettivo 1 (elevato tasso di disoccupazione, strade e altre infrastrutture locali sovente ancora inadeguate, mancanza di accesso a taluni servizi), l'economia rurale dei nuovi Länder continua a dover affrontare i seguenti problemi specifici:

- > sussistono numerosi litigi in merito alla proprietà delle terre, delle fattorie e delle case (in talune località, il 90% dei titoli di proprietà non è ancora stato attribuito!);
- > tasso di disoccupazione femminile estremamente elevato (tra il 30 e il 50%), accentuato dal fatto che la grande maggioranza delle donne esercitava un'attività retribuita prima del 1990;
- > invecchiamento della popolazione, in quanto moltissimi giovani sono andati a lavorare nella parte occidentale della Germania;
- > mancanza di know-how "generico" dei coltivatori diretti, dovuto alla compartimentazione delle competenze tra allevatori e agricoltori durante il regime collettivistico (le LPG erano strutture suddivise in due settori - allevamento e coltivazione - separati in compartimenti stagni);



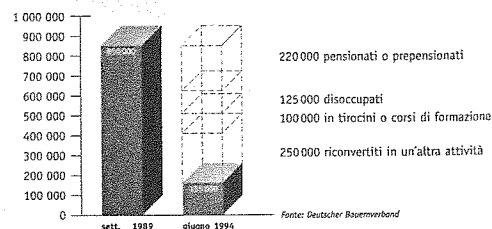
> l'ambiente, il paesaggio e il patrimonio edificato hanno sovente sofferto del modello di sviluppo produttivistico, "modernistico" e "urbanistico" in vigore tra il 1945 e il 1990.

Il processo per il rinnovo e lo sviluppo delle campagne della Germania orientale è tuttavia ben avviato. Le zone rurali dei nuovi Länder possono infatti contare su taluni vantaggi non trascurabili:

- > una riserva "natura" relativamente cospicua, in prossimità dei grandi bacini di consumo in un paese globalmente prospero;
- > terreni agricoli sovente di vaste dimensioni, propizi all'agricoltura estensiva;
- > una manodopera laboriosa, abile e altamente qualificata;
- > una popolazione abituata da molto tempo a "sbrigarcela da sola" e a prendere iniziative in un contesto difficile;
- > una solida vita associativa;
- > uomini e donne che conoscono il senso della solidarietà. Tutti elementi che, a termine, permettono di prevedere un futuro piuttosto sereno.

Cosa sono diventati?

Evoluzione dell'occupazione nel settore agricolo dei nuovi Länder tedeschi (in unità di popolazione attiva)



Qualcosa di nuovo ad oriente

«Una volta ultimata tale fase, dovremo raddoppiare il numero dei dipendenti dell'impresa che conta attualmente un organico di 5 persone», prevede Gerhard.

La diversificazione e lo sviluppo di nuovi prodotti sono inoltre al centro dell'intervento LEADER a Oranienbaum (4000 abitanti) in cui è situata la società KMO. Analogamente alle due imprese menzionate in precedenza, la KMO ha seguito il percorso tipo della ristrutturazione industriale del "dopo-muro", della "svolta" come si dice in Germania: fornitore di apparecchiature per le autovetture "Wartburg" al tempo della RDT, la KMO è oggi una società privata riconvertita nella fabbricazione di materiale per la rieducazione funzionale. Per ampliare il proprio mercato, eccessivamente soggetto alla concorrenza delle grandi aziende specializzate, e soprattutto per "fabbricare prodotti finiti", come sottolinea Manfred Lange, direttore dell'impresa, la KMO si è orientata verso la fabbricazione di mobili per studi radiofonici e televisivi, e di porta-CD divertenti destinati soprattutto ai bambini. LEADER ha contribuito a questo progetto stanziando 67000 ECU che sono stati utilizzati, in particolare, per l'acquisto di diverse presse imbutitrici. «La precedente attività garantiva 7 posti di lavoro diretti e 20 impieghi indiretti», dichiara Manfred Lange, «speriamo di poter assumere prossimamente 4 o 5 nuovi dipendenti. Niente male in un comune in cui esiste un tasso di disoccupazione del 28%...»

Luoghi di incontro

Un altro imprenditore di Cobbelsdorf ha richiesto una sovvenzione LEADER per un progetto turistico che simboleggia una situazione estremamente frequente nei paesini della Germania orientale: la mancanza di luoghi pubblici di incontro e di svago. Heidrun Hahn gestisce una locanda-ristorante. Una dipendenza adiacente al ristorante diretto da Heidrun (15 dipendenti) comporta un'immensa sala per banchetti e riunioni, ampiamente sottosfruttata in quanto «austera, poco idonea come luogo di ritrovo e impossibile

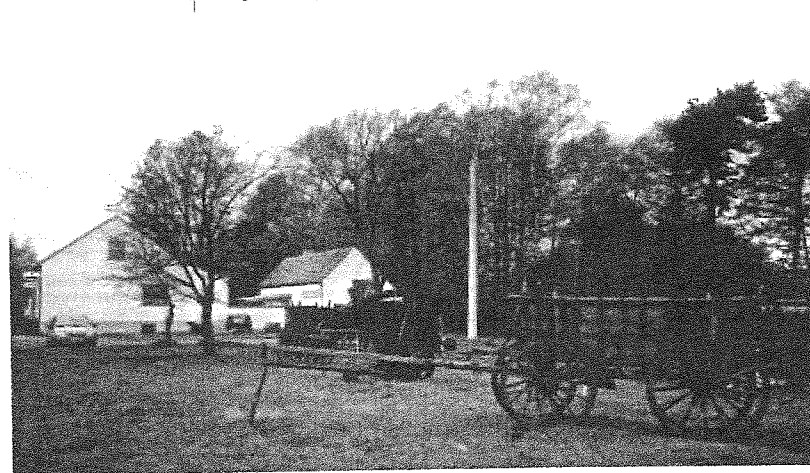
da riscaldare». Analogamente al resto dell'edificio, la dipendenza, di proprietà del comune, era perfetta per le attività locali organizzate durante l'antico regime ma assolutamente inadatta alle tendenze dei consumatori attuali che desiderano un maggior comfort e una maggiore intimità. Il progetto prevede dunque la trasformazione di tale luogo in sale più piccole e modulari.

Hans-Peter Klausnitzer, anch'egli albergatore e promotore di un progetto LEADER, ha già effettuato questo tipo di ristrutturazione. Oltre a rendere più piacevole la sua locanda, già in attività ai tempi della RDT, egli vi ha aggiunto un museo della vita contadina. Il suo villaggio, Ragösen (237 abitanti), è situato in una zona estremamente verde in prossimità del luogo in cui verrà costruito un parco divertimenti. «Non è esattamente il tipo di turismo che desideriamo promuovere», afferma Hans-Peter Klausnitzer, «ma sarà un polo di richiamo per la clientela di Berlino e già si prevede la creazione di diverse centinaia di posti di lavoro...»

Turismo e natura

Nel distretto regionale Anhalt-Zerbst esiste un buon potenziale turistico e la zona gode di un sostanziale patrimonio naturale: ampi boschi e diverse aree protette, una «riserva della biosfera» [**] nonché una riserva naturale in cui vivono i castori. LEADER partecipa alla valorizzazione di tali siti contribuendo all'allestimento di sentieri per escursioni a piedi e piste ciclabili. «In questa zona, l'agriturismo è confrontato a due tipi di problemi», spiega Ute Achatz, proprietaria dell'unica fattoria-locanda della zona. «Esiste un problema congiunturale: la mancanza di attività di animazione dei siti. Ma ci stiamo lavorando. Ad esempio, io noleggio mountain-bike. Esiste inoltre un problema strutturale, dovuto al nostro passato, arduo da risolvere: le fattorie caratteristiche, quelle ricercate dai turisti, sono estremamente rare nella zona. È un grosso ostacolo allo sviluppo dell'agriturismo».

«Erlengrund», una fattoria-locanda all'avanguardia





Cantiere di inserimento: la "Fattoria dei giovani d'Europa" di Deetz

Esistono tuttavia vari fondi rustici antichi che offrono numerose possibilità per attività ricreative. Come a Nutha, ad esempio: in questa antica tenuta, trasformata sotto il regime della RFT in centro di formazione agraria, LEADER cofinanzia con 20 000 ECU la seconda fase del processo di trasformazione del sito, destinato ad una clientela essenzialmente composta da famiglie. Nel sito verranno create 12 stanze nonché un "Heu Hotel" (una specie di ostello della gioventù in cui si dorme... nel fieno!), come ne esistono sempre più in Germania.

Altri progetti analoghi sono attualmente in corso. Ma il più simpatico, e forse anche il più innovativo, è la creazione di una "Fattoria dei giovani d'Europa" a Deetz (800 abitanti), in cui giovani provenienti da tutto il mondo (80 nel 1996, primo anno di attività del progetto) hanno cominciato a ristrutturare una grossa fattoria abbandonata. Una volta ultimato, nel 1999, questo cantiere di inserimento ospiterà un ostello della gioventù, un centro per mostre e seminari, una scuola-laboratorio (agricoltura e falegnameria), una fattoria didattica (coltivazione, allevamento) e un punto di vendita per i prodotti della fattoria e del villaggio. Il costo complessivo dell'operazione, diretta da LEADER, ammonta a 550 000 ECU, di cui 350 000 forniti dall'Unione europea e 130 000 ECU dal distretto regionale. "Vogliamo che il villaggio si apra sul mondo, partendo dall'attività rurale di base che è l'agricoltura", spiega Jeanette Bombach, responsabile del progetto. "Ciò si sta già verificando: i 140 giovani stranieri che dovrebbero arrivare tra giugno e ottobre 1997 ravvivano il villaggio. In particolare, la loro presenza insegna ai giovani della zona, che si annoiano, che la loro regione è piacevole e che non è soltanto un luogo isolato tra Magdeburgo e Berlino."

[*] La riunificazione della Germania (ottobre 1990) ha portato alla costituzione di 5 "nuovi Stati confederati" ("Neue Bundesländer"): il Brandeburgo, il Meclemburgo-Pomerania anteriore, la Sassonia, la Sassonia-Anhalt e la Turingia. La Germania è attualmente composta da 16 Länder con un'assemblea eletta a suffragio universale e un'ampia autonomia. Oltre a far applicare le leggi federali (politica estera, difesa, politica doganale e commerciale, unificazione del sistema giudiziario, ecc.), gli Stati confederati sono responsabili, in particolare, dell'istruzione pubblica e della pianificazione territoriale.

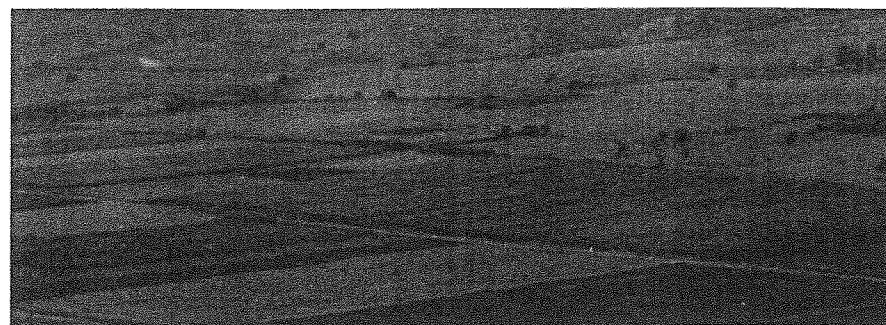
Essi sono suddivisi in "Landkreise" (distretti regionali) e "Kreisfreie Städte" (città-distretti). Ai primi sono affidati le mansioni intercomunali, le infrastrutture pubbliche di interesse locale, le strutture ospedaliere, i servizi sociali, ecc. Nella maggior parte dei Länder esistono inoltre i cosiddetti "Regierungspräsidien" (una sorta di prefetture dipendenti dallo Stato confederato) preposti all'applicazione sul territorio delle politiche decise dal Land. Nella Sassonia-Anhalt, analogamente ad altri Länder tedeschi, essi sono incaricati della gestione del programma LEADER e rappresentano pertanto i primi interlocutori del GAL.

[**] Per le riserve della biosfera dell'UNESCO si rimanda al n. 6 di LEADER Magazine.

LEADER ANHALT-ZERBST

Superficie della regione: 1 225 km²
Popolazione: 79 721 abitanti
Finanziamento LEADER II: 2 692 000 ECU
UE: 1 315 000 ECU
Altri fondi pubblici: 277 000 ECU
Settore privato: 1 100 000 ECU.

Lokale Aktionsgruppe Landkreis Anhalt-Zerbst:
Ländliches Entwicklungszentrum, Burgwallstr. 4
D-06862 Rosslau
Tel: +49 34901 84036 - Fax: +49 34901 84110



LEADER: elemento di punta per la diversificazione di Kalambaka-Pyli (Tessaglia, Grecia)

La scintilla

La fama mondiale delle Meteore e i flussi turistici attratti da questa importante destinazione non sono sufficienti a garantire uno sviluppo sostenibile della regione di Kalambaka. LEADER, elemento di punta per favorire la diversificazione dell'economia locale, ha permesso di concretizzare un po' ovunque progetti che esercitano un effetto catalizzatore.

"Costruito con un finanziamento LEADER, ecco l'edificio che ospiterà il centro di interpretazione della natura e del patrimonio... Qui a sinistra prevediamo di aprire un caffè-ristorante e nel fabbricato che vedete laggiù ci saranno gli uffici dei servizi comunali..."

— Servizi comunali? Qui?

— Certo. Qui ci sarà il nuovo municipio di Aspropotamo. Ciascuno dei quattro centri abitati che compongono la nuova entità amministrativa voleva ospitarlo, così per evitare gelosie, ma soprattutto per una maggiore facilità di accesso, abbiamo scelto come sede della nuova municipalità l'"incrocio dei Tre Fiumi".

I lavori all'"incrocio dei Tre Fiumi" sono ben lungi dall'essere ultimati. Il luogo è situato al fondo della profonda valle scavata dall'Aspropotamo (il "Fiume Bianco"), una valle sperduta in mezzo alla catena montuosa del Pindo. In questo punto si uniscono due fiumi e due strade a tornanti, poco frequentate, una proveniente da Trikala e l'altra da Kalambaka. "Proseguendo in questa direzione si arriva sino a Metsovo, in Epiro, praticamente dall'altra parte della Grecia", spiega l'infaticabile Leonidas Stergiou, responsabile del turismo presso il gruppo di azione locale Kalambaka-Pyli. E poi aggiunge: "Queste strade sono state asfaltate soltanto alcuni anni or sono... Si può persino affermare che, indirettamente, sia merito di LEADER".

Il luogo anticipa ciò che forse sarà tra cinque o dieci anni lo sviluppo rurale in questa zona isolata: un "incrocio", un "crocevia" in tutti i sensi del termine, che offra alla popolazione locale e ai visitatori una gamma di servizi pubblici e turistici in una cornice naturale intatta di grande bellezza. Comunque sia, oggi è già possibile riconoscere in questo centro l'articolazione tra i vari programmi regionali, nazionali ed europei per il miglioramento delle infrastrutture, quali LEADER, Natura 2000 ed il programma "I.Kapodistrias" che integra la legge sull'accorpamento dei comuni greci entrata in vigore nel 1997¹. Nikos Manoussakis, tecnico del gruppo di azione locale, riassume la situazione: "Per molti versi LEADER è stata la scintilla che ha permesso di innescare questo processo di sviluppo. Innanzi tutto formalizzando una strategia specifica per queste aree del nostro territorio ancora così isolate. In seguito, grazie alle azioni LEADER a favore del turismo, i visitatori hanno cominciato a frequentare la zona e tale affluenza ha spinto l'amministrazione locale ad asfaltare le strade. Questa parte del Pindo rientra anche nell'ambito del programma Natura 2000, e ciò implica una gestione del territorio attuata nel rispetto dell'ambiente, mentre il programma I.Kapodistrias, che porta a centralizzare qui i servizi comunali, conferisce una chiara funzione a questo sito che diverrà ben presto un centro abitato e, ci si augura, un polo di sviluppo sostenibile."

Un ruolo da pioniere

Panos Patras, direttore dell'agenzia KENAKAP che amministra il programma LEADER Kalambaka-Pyli, conferma il ruolo pionieristico dell'Iniziativa comunitaria di sviluppo rurale: "Sembra che LEADER sia stato ideato appositamente per noi!". E aggiunge: "Il valore aggiunto di LEADER consiste innanzi tutto nell'averci permesso di esistere! LEADER ha infatti introdotto in Grecia il concetto di 'sviluppo locale partecipativo e integrato'". Creato nel 1993 nel quadro di LEADER I, KENAKAP ("Centro di sviluppo di Kalambaka-Pyli") scaturisce da un'associazione alla quale partecipano 18 dei 23 comuni del nome (circonscrizione amministrativa) di Trikala, tre consorzi di cooperative agricole e silvicole, la sezione del sindacato degli operai e dei lavoratori di Kalambaka, una decina di associazioni locali nonché alcune imprese del settore privato.

"L'obiettivo è diversificare l'attività economica della nostra regione ed integrare nei circuiti commerciali le aree più montuose del territorio", precisa Panos. Il nome del territorio deriva da due cittadine della zona: Kalambaka, al nord, e Pyli al sud, ma in termini geografici ed economici la distinzione si opera piuttosto tra l'asse Kalambaka-Pyli propriamente detto, situato al margine della pianura ad est, e i villaggi isolati del Pindo ad ovest. Tra queste due parti si erge una gigantesca muraglia di 1 900 m di altezza, la catena dei monti Koziazas. Questi villaggi del Pindo sono doppiamente isolati: da un lato la barriera dei monti Koziazas e Triggia li separa dalla pianura di Tessaglia e, dall'altro, i collegamenti avvengono con grandi difficoltà attraverso strade sinuose a tornanti e, come già accennato in precedenza, asfaltate soltanto di recente. LEADER I ha tuttavia permesso di frenare il declino che caratterizzava questa zona, innanzi tutto grazie al turismo. "Per rilanciare il territorio era necessario sviluppare il turismo", racconta Leonidas Stergiou. "La zona ha eccellenti potenzialità naturali e culturali, ma mancavano le infrastrutture ricettive. Uno dei principali risultati di LEADER I è stata la creazione di venti piccoli alberghi (complessivamente 650 posti letto), praticamente uno in ogni villaggio."

"LEADER rappresenta un'ottima opportunità per le aree montane; da solo avrei avuto parecchi problemi", afferma Janis Manakos, uno dei venti nuovi albergatori sostenuti da LEADER I. "Nuovo" per molti aspetti perché, analogamente ai suoi colleghi, nel 1994 questa attività era assolutamente inedita per lui, "giovane pensionato" appena tornato in patria dopo ventun anni di lavoro come operaio ad Aquisgrana in Germania. LEADER ha contribuito all'investimento iniziale di 350 000 EUR stanziando 220 000 EUR. Un progetto privato, ma anche e soprattutto una prima azione associativa e trainante con una decina di nuovi posti di lavoro per questo paesino di un centinaio di abitanti abbarbicato sulle montagne. "Kastania rivive, adesso la gente arriva in paese...", assicura l'albergatore. "Per il momento solo greci, escursionisti di 40-50 anni, soprattutto nei mesi invernali, ma potremmo interessare una clientela più vasta se avessimo, ad esempio, una pista da sci..."

"Tutti vogliono una propria pista da sci! Se fosse per loro ci sarebbero impianti di risalita ovunque, ma non è un progetto realistico e non è questo il tipo di turismo che intendiamo sviluppare", sottolinea Christos Grekos, agente di sviluppo LEADER, spiegando inoltre che se LEADER ha in effetti sostenuto la trasformazione degli alti pasco-



La produzione di icone è un'attività artigianale molto importante a Kalambaka

li di Pertouli in piccola stazione sciistica invernale è perché si tratta di un comprensorio già attrezzato per le attività all'aperto con un centro ippico, tiro all'arco, mountain bike e percorsi per escursioni a piedi. "In linea di massima LEADER I ha privilegiato le strutture ricettive e il rilancio di taluni elementi del patrimonio naturale e culturale - sentieri utilizzati per la transumanza, ponti tradizionali, chiesette bizantine... LEADER II promuove la creazione di specifiche attrattive ricreative nonché vari processi collettivi", sintetizza Christos Grekos.

Meteoriti

L'asse Kalambaka-Pyli costeggia il corso del fiume Pinios. È una zona agricola vulnerabile che si affaccia però sulla grande pianura di Tessaglia, il "granato della Grecia". In questa parte della zona LEADER si trovano vari siti turistici degni di nota: il Passo di Porta presso Pyli e, soprattutto, le Meteore che dominano Kalambaka dall'alto dei loro 300 m di altitudine. Si tratta di un vero e proprio capolavoro naturale: una sessantina di torrioni di roccia, su ventiquattro dei quali sorge un monastero "sospeso nell'aria" ("meteoro").

"Le Meteore attirano ogni anno oltre un milione di turisti, ma la stragrande maggioranza di questi sono 'Meteoriti' che restano nella zona soltanto alcune ore, giusto il tempo di visitare due o tre monasteri", spiega Kostas Famisis, ex presidente dell'associazione degli albergatori di Kalambaka. E aggiunge: "Condivido la strategia del gruppo LEADER, bisogna prolungare la stagione e i soggiorni offrendo attrattive e prevedendo idonee azioni promozionali".

"Per quanto riguarda l'attività promozionale godiamo di un'ottima copertura mediatica", spiega Panos Patras. "Rispetto al fatto di prolungare il soggiorno abbiamo riflettuto molto sugli strumenti per raggiungere questo obiettivo, prendendo in considerazione anche la possibilità di introdurre misure coercitive! Qualcuno aveva ipotizzato di trasformare le Meteore in una specie di parco a tema culturale installando barriere sulle strade di accesso; il prezzo del pedaggio avrebbe invogliato i turi-

sti a rimanere più a lungo all'interno del sito, rendendo poco pratica la semplice escursione di un giorno e forzandoli così a trascorrere almeno una notte a Kalambaka... Non solo i monaci si sono opposti a questa soluzione, ma l'idea ha sollevato un dibattito politico su cui tutta la stampa nazionale si è gettata a capofitto!"

La strategia LEADER è evidentemente più "ascendente" e fa affidamento su varie iniziative locali. Ad esempio quella di due ragazzi del luogo, Thomas Morfos e Nikos Tsiaras, che nel febbraio del 2000 si apprestavano a posare la prima pietra di un centro sportivo situato lungo la strada di Trikala a tre chilometri dall'ingresso di Kalambaka. Il centro, all'interno di una tenuta di 2 ettari, comprenderà una piscina, campi da tennis, minigolf, campi di calcetto e beach-volley. "Impianti di questo tipo sono assolutamente inesistenti qui", spiega Thomas. "Con grande rammarico dei giovani del posto. Naturalmente ci sono i turisti, ma questo progetto si rivolge innanzi tutto ai giovani di Kalambaka, in quanto clienti ma anche come dipendenti. Entro la fine del 2000 prevediamo di assumere una quindicina di persone." LEADER II ha contribuito al 60% dell'investimento complessivo, calcolato intorno ai 240 000 EUR. Anche Kostas Famisis sta per avviare la costruzione di un complesso destinato ad attività sportive e ricreative, sebbene rivolto ad una clientela di lusso, basato sull'equitazione e la scalata. I progetti promossi da privati esistono ma sono insufficienti e nella maggior parte dei casi sono i comuni a dover prendere l'iniziativa... e assumersi i rischi. Una volta avviate le imprese create saranno date in gestione a operatori privati. Si può dire che ogni comune di Kalambaka-Pyli, nel quadro di LEADER II, si sta specializzando in uno specifico impianto ricreativo: Ball-Trap e motocross oppure parapendio e canoa-kayak, senza dimenticare l'ammodernamento di attività già avviate ed estremamente diffuse come la pesca o la caccia.

Ritorno all'origine

"L'attività venatoria richiama ogni anno nella zona circa 7 000 cacciatori e molti di questi pernottano presso privati", precisa Kostas Maravas, sindaco del nuovo comune di Pliaton che comprende cinque paesi e due frazioni. "Un albergo sarebbe più proficuo per la collettività e stiamo pensando di costruirlo. Ma il turismo non può essere l'unico settore da sviluppare in questo comune prevalentemente agricolo. Il comparto agroalimentare deve godere di una particolare attenzione. Abbiamo bisogno di un macello e di un impianto per trasformare la carne in loco, invece di vendere gli ovini e i suini vivi all'esterno come avviene ancora oggi... Tanto più che uno studio finanziato da LEADER ha indicato che gli scarti del macello potrebbero essere convertiti in metano ed utilizzati per produrre una parte dell'elettricità necessaria alla municipalità."

"Anche se abbiamo sostenuto un certo numero di progetti agricoli, e mi riferisco in particolare a varie cooperative di donne, abbiamo puntato prevalentemente sul turismo", ammette Panos Patras. "Attualmente ci stiamo orientando maggiormente verso il consolidamento del comparto agricolo, perché questo resta comunque il settore di attività della maggior parte della popolazione locale e non tutti gli agricoltori possono diventare albergatori o operatori turistici. È una professione a pieno titolo che non si inventa dall'oggi al domani..."



Rilancio del "piccolo patrimonio rurale": mulino-lavatoio restaurato con il sostegno di LEADER

In attesa, Kalambaka-Pyli si prepara ad organizzare, dal 7 al 10 giugno 2000, la prima edizione della "Traversata del Pindo", una gara di 250 km con prove in varie discipline sportive prevista nell'ambito del circuito europeo di "gare d'avventura" che il gruppo LEADER sta allestendo in collaborazione con i GAL Western Isles (Scozia) e Skogslandet (Svezia)². <

(1) Dalla metà degli anni '80 la Grecia si è impegnata in un processo di decentramento amministrativo. La riforma più recente in questo ambito riguarda l'accorpamento dei comuni. Con l'entrata in vigore della legge 2539/97, i 5 318 comuni precedentemente esistenti (4 500 dei quali con una popolazione inferiore a 1 000 abitanti) sono stati trasformati in 1 033 "OTA" (entità locali) di dimensioni nettamente maggiori. Alla base di quest'azione vi è l'idea di ammodernare il livello amministrativo locale e di conferire a queste nuove entità comunali maggiori risorse, sia umane che finanziarie, per svolgere le funzioni amministrative, ma anche socioeconomiche, loro attribuite. A tale proposito, il programma "I.Kapodistrias" (dal nome di colui che introdusse nel 1830 la prima forma di organizzazione territoriale dello Stato greco) che accompagna la riforma incoraggia gli enti locali a costituire "imprese municipali" al fine di sviluppare attività remunerative che incrementino le entrate comunali, nonché ad attuare azioni di sviluppo a carattere economico, sociale, culturale, ambientale, ecc.

(2) Nella zona LEADER Kalambaka-Pyli il 65% della popolazione attiva è legata direttamente o indirettamente all'agricoltura e quest'ultima viene praticata su fondi agricoli di 4,3 ettari di media.

(3) Si veda LEADER Magazine n. 21 (autunno 1999).

LEADER KALAMBAKA-PYLI

Superficie del territorio: 3 000 km²
Popolazione: 71 144 abitanti
Finanziamento LEADER II: 10 805 000 EUR
UE: 5 410 000 EUR
Altri fondi pubblici: 1 243 000 EUR
Settore privato: 4 152 000 EUR

KENAKAP (Kentro Anaptyxis Kalambakas-Pylis SA)
38 Kondyli, GR-42200 Kalambaka
Tel: +30 432 25370 (75250)
Fax: +30 432 25343
E-mail: kenakap@otenet.gr

Un operatore collettivo per il comprensorio del Pindo

In cima alla qualità

L'associazione Pindos, creata da quattro gruppi LEADER, trascende le frontiere amministrative per trattare i problemi tipici del "Massiccio centrale greco". Attualmente è in corso un'azione pilota che promuove lo sviluppo del turismo di qualità. In futuro questa iniziativa potrebbe essere estesa agli altri comparti economici delle zone di montagna greche.

La catena montuosa del Pindo, "spina dorsale" della Grecia, interessa dodici *nomoi* (circoscrizioni amministrative) suddivisi in cinque regioni: Epiro, Macedonia occidentale, Tessaglia, Grecia centrale e Grecia occidentale. Nonostante un'altitudine relativamente modesta (la vetta principale, il monte Smólikas, è alta 2.637 m), questo vasto comprensorio montuoso separa in modo quasi ermetico l'est e l'ovest del Paese, mentre all'interno stesso della catena del Pindo, caratterizzata da un'orografia particolarmente accidentata, le comunicazioni tra le rare frazioni esistenti sono molto difficoltose. Durante la preparazione del loro piano di azione locale, cinque gruppi LEADER li avevano elaborato insieme un progetto di sviluppo specificamente destinato alle aree della loro zona di intervento situate nella catena del Pindo, ma nessuno dei GAL disponeva individualmente dei mezzi per garantire il coordinamento di questo dispositivo.

Nel 1998 quattro dei cinque partner iniziali - Amvrakikos (Epiro), Kalambaka-Pyli, Karditsa (Tessaglia) e Kozani (Macedonia occidentale) - creano in collaborazione con l'Istituto di Economia rurale dell'Euritalia (Grecia centrale) l'associazione "Pindos" che ottiene nel 1999 lo statuto di operatore collettivo LEADER II, fruendo di un bilancio di circa 2,3 milioni di EUR. Nel marzo del 2000 altri 8 gruppi LEADER aderiscono all'associazione. La creazione di Pindos, prototipo di cooperazione inter-territoriale, si fonda sulla necessità di fornire al comprensorio uno strumento di sviluppo che trascenda i confini amministrativi e che dia un'efficace risposta "a monte", sotto forma di animazione, assistenza tecnica e altri investimenti immateriali, alle necessità specifiche di questo territorio montuoso.

Infatti la catena del Pindo rappresenta in un certo qual modo "l'altra Grecia", un paese minacciato dalla desertificazione, le cui lacune possono essere tuttavia trasformate in punti di forza se si punta sull'autenticità e sulle attività di scoperta. Thanasis Zacharopoulos, direttore dell'associazione Pindos, ne è profondamente convinto: "Un ambiente ben conservato, tradizioni sempre vive e prodotti del territorio sono gli elementi su cui può contare il Pindo. Elementi che soddisfano la domanda attuale e che pertanto sono in grado di generare sviluppo." Il turismo è il primo settore privilegiato dall'associazione. Per sviluppare questo comparto, Pindos ha messo a punto una strategia che si articola intorno a tre principali assi di intervento: la qualità delle strutture ricettive, l'incontro con il territorio e la commercializzazione integrata di soggiorni turistici.

Patti locali di qualità

Per favorire la scoperta del territorio, Pindos ha previsto la realizzazione di vari strumenti quali, ad esempio, un sito Internet, un CD-ROM e una guida dei percorsi escursionistici presenti nel comprensorio del Pindo, suddivisi in otto fascicoli regionali. Per quanto riguarda la commercializzazione, l'obiettivo consiste nell'allestire un servizio di tour-operator che propone una ventina di soggiorni "tutto compreso" di almeno una settimana. Pindos, tuttavia, incentra i propri sforzi a breve termine sulla creazione di un marchio di qualità e a tale proposito è già stata avviata un'azione pilota. In un primo tempo 80 gestori di ristoranti e/o alberghi del comprensorio del Pindo dovrebbero aderire ad un "Patto locale di qualità" (inizialmente ne sono stati previsti quattro, suddivisi in

altrettante zone LEADER) strutturato in base ad un sistema di premi, sia progressivo che cumulativo, che incoraggi gli esercenti a migliorare costantemente la qualità delle prestazioni offerte passando ad una categoria superiore. E poiché ci troviamo in montagna, le tradizionali stalle sono state sostituite da cime di montagna:

> una cima premia la qualità dell'arredo e l'estetica del luogo. Un capitolato d'oneri specifica il tipo di materiali, i mobili, le apparecchiature ecc. da utilizzare. Solitamente vengono utilizzati legno e altri materiali nobili, quanto più possibile di origine locale e prodotti nel rispetto dell'ambiente;

> una seconda vetta viene concessa alla struttura che, oltre ad un piacevole arredo, vanta un personale di qualità per quanto riguarda la professionalità, l'accoglienza, la conoscenza delle lingue, ecc. E inoltre previsto un corso di formazione obbligatorio per garantire una corretta accoglienza della clientela;

> tre cime premiano la qualità in cucina e l'impiego di prodotti locali (menù con specialità regionali, ricette tradizionali, ecc.);

> quattro vette vengono concesse in funzione di una determinata qualità architettonica della struttura. Secondo Thanasis Zacharopoulos "questo è il criterio che esige generalmente gli investimenti maggiori. Se si rivela necessario un sostegno finanziario, questo viene assunto dal gruppo LEADER che interviene nella zona del progetto interessato";

> cinque cime, infine, vengono attribuite alle strutture che, oltre a soddisfare i quattro criteri precedenti, offrono quel "tocco in più" che contraddistingue una qualità nettamente superiore.

Tutti le norme e i criteri previsti sono stati oggetto di un'analisi tecnica e successivamente regolamentati da un capitolato d'oneri. L'albergatore-ristoratore viene giudicato dai suoi stessi pari: l'attribuzione delle "cime" spetta ad un comitato di monitoraggio costituito nell'ambito di ogni Patto locale. Il comitato può anche decidere di far retrocedere una struttura nella categoria inferiore.

L'azione pilota dei Patti locali di qualità sarà progressivamente estesa alle altre otto zone LEADER che hanno recentemente aderito all'associazione Pindos. Parallelamente alla sua attuazione, l'associazione prevede entro il 2002 una strategia articolata in quattro fasi: in primo luogo l'organizzazione di una formazione in "gestione della qualità" destinata al personale dei gruppi LEADER; in un secondo tempo l'organizzazione di un corso di formazione per i coordinatori dei Patti locali di qualità; quindi l'applicazione di questo modello alla filiera del legname ed infine il trasferimento del modello ad altri comparti dell'economia locale.

E Thanasis Zacharopoulos ribadisce il significato profondo di questo processo: "Dieci anni di esperienza LEADER hanno mostrato che il vero valore aggiunto dell'iniziativa risiede nel sostegno alle azioni collettive piuttosto che nei sussidi ai progetti individuali. In ogni modo, in termini finanziari LEADER è troppo esiguo per quel tipo di intervento." <

Contattare: PINDOS, Thanasis Zacharopoulos,
3 Asklipiou Str., GR-2100 Trikala.
Tel. e fax: +30 431 77 911 (77 912 / 77 913)
E-mail: pindos@kar.forthnet.gr

Diversificazione, innovazione e cooperazione nella zona Montaña Palentina [Spagna]

Per monti e per ferrovie

Posto di fronte alla necessità di diversificare la propria economia, il nord della provincia di Palencia promuove, con il sostegno di LEADER, un turismo culturale e d'avventura di qualità. Così come è riuscito a diffondere l'appellazione "Montaña Palentina" per designare questo versante castigliano della Cordigliera Cantabrica, il gruppo di azione locale spera di promuovere in Spagna la valorizzazione turistica delle linee ferroviarie dismesse. A tale proposito, lo strumento per eccellenza potrebbe essere la "ciclorotaia", tema centrale di un progetto di cooperazione con i gruppi LEADER Haut-Allier (Francia) e Vogelsberg (Germania).

Sferragliando, il treno imbocca lentamente la curva che precede l'entrata nella piccola stazione ormai in disuso. Per alcuni istanti sembra puntare sui ciclisti che pedalano sull'altro binario, ma alla fine li supera e si allontana come un predatore che ha deciso di risparmiare la sua preda. La scena si svolge a Salinas, un piccolo centro abitato che ha lo stesso nome della città di John Steinbeck. Ma non siamo in California, anche se il luogo ricorda una città fantasma; ci troviamo in Spagna, nella parte settentrionale della Castiglia-León, ed il giornalista di LEADER Magazine è decisamente contrariato: non è riuscito a scattare "la" fotografia simbolo di questo servizio, quella che raffigura il vecchio treno minero di Barruelo de Santullán che supera la famosa "ciclorotaia" della Montaña Palentina.

"Queste due famiglie sono venute appositamente da Burgos per provare la ciclorotaia", ci spiega la guida, José Gallego, responsabile della cooperativa "TAO" ("Turismo, Artesanía, Ocio"/Turismo, Artigianato, Tempo Libero) che detiene, per quattro anni, il diritto esclusivo di commercializzare localmente la ciclorotaia in base ad una gara d'appalto organizzata dal gruppo LEADER.

Alcuni membri del GAL, infatti, hanno progettato e messo a punto la ciclorotaia, una piccola piattaforma mobile sulla quale sono montate, affiancate, due biciclette con la ruota posteriore su ciascuna rotaia, in modo da poter circolare in coppia su un binario ferroviario. "In Europa ci sono oltre 30.000 km di linee ferroviarie dismesse ed in Spagna circa 800, di cui un centinaio nella nostra zona; è una risorsa inestimabile per il turismo rurale", afferma Fernando Garcia, coordinatore della sezione Turismo all'interno del gruppo di azione locale (GAL) e uno degli ideatori della ciclorotaia. "La grande

iniziativa del nostro sistema, rispetto agli altri paesi, è la presenza di ciclisti, è il fatto di poter utilizzare la propria bicicletta. Attualmente, tuttavia, ciò non è possibile per motivi legali in quanto, anche se dismesse, le linee sono ancora sotto la responsabilità delle Ferrovie... L'intesa da noi conclusa con l'azienda implica pertanto che l'attività sia seguita da guide professioniste." Per una somma di circa 9 EUR a persona, la TAO non soltanto noleggia la ciclorotaia con le biciclette, ma garantisce anche un servizio di "interpretazione" dei siti su taluni tratti del percorso (12 km andata e ritorno).

Fernando conduce il suo interlocutore a San Cebrián de Mudá per mostrargli un villaggio fantasma, uno vero questa volta, con edifici abbandonati dal 1969: la stazione, la casa dei dipendenti della ferrovia, il deposito per le locomotive, il sito per il carbone, ecc. "Speriamo di poter restaurare l'intero complesso e utilizzarlo come centro di base per tutte le attività legate alla ciclorotaia nella Montaña Palentina", spiega Fernando, "al momento non abbiamo il diritto di svolgere l'attività su questo troncone della linea".

Innovazione tecnologica, innovazione politica

"Diritto" è una parola chiave: la ciclorotaia, infatti, è solo una delle tre grandi sezioni del processo di recupero delle antiche linee ferroviarie intrapreso dal gruppo LEADER. Oltre al troncone Salinas-Mudá, sul quale viene praticata la ciclorotaia, il GAL ha ottenuto un contratto di affitto di 50 anni per un'altra linea ferroviaria dismessa di 15 km. In questo caso l'obiettivo consiste nel conciliare la ciclorotaia e lo sfruttamento di un treno turistico. La terza sezione dell'azione è addirittura più ambiziosa: sfruttare la linea a scartamento ridotto Bilbao-León (223 km di cui 174 km in disuso, soprattutto



Alcuni appassionati della "ciclorotaia", un'innovazione tecnica e turistica

nella Montaña Palentina) nell'ambito del progetto "Transcantabrica" previsto dall'Azienda che gestisce le linee ferroviarie a scartamento ridotto (FEVE). Il progetto implica il ripristino di un treno turistico con percorso settimanale. Lungo i 68 km che attraversano la Montaña Palentina vi sono ben 9 stazioni che potrebbero essere riconvertite a fini turistici o, eventualmente, utilizzate per il trasporto collettivo locale: secondo il gruppo LEADER, infatti, un servizio ferroviario regolare che collega vari paesi potrebbe rivelarsi, a talune condizioni, addirittura redditizio.

Ma il successo di questi progetti dipende dall'atteggiamento delle Ferrovie che, sino a poco tempo fa (prima-

vera 1999), sembravano ancora propendere per lo smantellamento delle linee in disuso, come è avvenuto in numerosi Paesi. Si tratta dunque di una sfida a livello nazionale, ed il gruppo LEADER Montaña Palentina apre la strada conducendo le trattative: "tutti gli enti di sviluppo rurale della Spagna attendono l'esito delle negoziazioni", afferma Fernando. "In questo caso, la concessione di una licenza per lo sfruttamento delle linee dismesse costituirà in un certo qual modo un precedente giuridico per l'intero Paese. Numerosi GAL seguiranno a ruota sulla strada da noi aperta. La ciclorotaia è un'innovazione tecnologica ma anche, e soprattutto, un'innovazione politica!"



La Montaña Palentina, un luogo privilegiato per l'osservazione della natura

Quasi all'insaputa dei suoi progettisti, la ciclorotaia è diventata, senza un brutto gioco di parole, la "locomotiva" del gruppo LEADER. A livello locale e nazionale, ma anche a livello europeo poiché il GAL ha avviato nel 1997 una cooperazione transnazionale con i gruppi Haut-Allier (Alvernia, Francia) e Vogelsberg (Assia, Germania), entrambi impegnati in un progetto analogo nella rispettiva zona di intervento: "biclorotaia" per i Francesi, draisina tradizionale per i Tedeschi (si veda il riquadro). A termine, il progetto tende a proporre i vari sistemi nei tre Paesi in questione poiché, come spiega Alvaro Carrasco, presidente del GAL Montaña Palentina: "ogni sistema offre vantaggi specifici: il nostro, utilizzando due biciclette normali, è il più flessibile e il più sportivo; il sistema francese è particolarmente adatto alle famiglie; il dispositivo tedesco è più autentico perché utilizza una riproduzione perfetta delle draisine tradizionali. I tre sistemi possono costituire un insieme coerente di prodotti intercambiabili."

"Il progetto dei Francesi è più avanzato", osserva Fernando Garcia. "Essi si avvalgono dell'assistenza di un esperto messo a disposizione dallo Stato e sono già operativi 9 siti di biclorotaia. I Tedeschi, come noi, sono confrontati a dure trattative con le Ferrovie, ma dispongono di una collezione di oltre 100 draisine autentiche... in ciò risiede tutto il significato e la bellezza del nostro progetto di cooperazione: con i Tedeschi per la qualità del prodotto, i Francesi per l'organizzazione dell'offerta e noi, gli Spagnoli, per la creatività, perché ci sentiamo capaci di spostare le montagne."

La scelta del turismo

Analizziamo ora l'operazione ciclorotaia nel suo contesto: il programma LEADER della Montaña Palentina è gestito dal 1991 dalla Federazione ADEMPA ("Asociaciones para le Desarrollo de la Montaña Palentina"/Associazioni per lo sviluppo della Montaña Palentina), alla quale partecipano quattro associazioni culturali e ambientaliste, l'Università popolare di Palencia, nonché la sezione provinciale del sindacato agricolo UPA ("Unión de Pequeños Agricultores"/Unione dei piccoli Coltivatori diretti).

La zona LEADER comprende 21 comuni, con 157 villaggi e frazioni e soltanto 5 località con oltre 1 000 abitanti (18 ab./km²). Situa nella parte settentrionale della provincia di Palencia, ad un'altitudine media di 1 056 m, il territorio si estende nelle zone pedemontane e sui versanti meridionali della Cordigliera Cantabrica, "un'area geograficamente e culturalmente più vicina alla popolazione montana e pastorale della Cordigliera che alla Castiglia cerealicola", afferma Inés Ochandiano, veterinaria dell'associazione "Campá" (CARNA Montaña Palentina) che associa i produttori di carne bovina di qualità. Il 9% della forza lavoro è costituito da agricoltori, la maggior parte dei quali alleva bovini da carne; il 60% è impiegato nel settore terziario e il 22% nel settore secondario, rappresentato prevalentemente da biscottifici e dalla produzione di energia idroelettrica. Oltre alle difficoltà strutturali nel settore agricolo cui sono soggette le zone di montagna, la Montaña Palentina è confrontata anche a gravi problemi sociali e ad un fortissimo esodo della popolazione causati dalla chiusura, in epoche relativamente recenti, delle miniere di carbone presenti nella zona.

"Ma qualsiasi problema racchiude in sé una soluzione", afferma José Manuel Merino, direttore del gruppo LEADER. "La nostra era una zona di montagna, con un ricco patrimonio naturale, culturale e umano da valorizzare. Il turismo ci è sembrato essere il nuovo e più promettente settore di attività da sfruttare per garantire il successo del processo di diversificazione. Ma nel 1991 non vi era un'of-

ferta turistica valida né, soprattutto, una forte immagine territoriale, e neppure una denominazione comune: il termine 'Montaña Palentina' non esisteva ancora..."

Secondo José Manuel "il 60% dei finanziamenti e il 90% delle energie di LEADER I sono stati riservati al settore turistico". Il gruppo di azione locale si è inizialmente impegnato per affermare il nome "Montaña Palentina". A tale fine, l'uso sistematico di questa appellazione nelle attività di comunicazione del GAL, la presenza ai saloni di Madrid, di Valladolid e di Bilbao della rete di operatori turistici costituita dal gruppo LEADER, l'impatto mediatico della ciclorotaia a livello nazionale, ecc. hanno fatto sì che tutta la Spagna, o quasi, ha già sentito parlare della "Montagna Palentina", anche se non è sempre in grado di situarla geograficamente.

Patrimonio romanico

Oltre ad un vastissimo comprensorio montano che dovrebbe diventare prossimamente un Parco naturale regionale, il territorio vanta un ricco patrimonio romanico, "uno dei maggiori d'Europa, con 235 monumenti censiti", precisa José Manuel Rodríguez, storico presso la Fonda-

ción Santa María la Real-Centro de Estudios del Romanico. La Fondazione, uno dei cinque soci fondatori del gruppo LEADER nel 1991, è tra le figure di punta, in Spagna ed in Europa, sia per la sua azione a favore dello sviluppo locale, sia per i suoi lavori in campo accademico. Nel 1978, un gruppo di abitanti di Aguilar de Campoo (7 500 abitanti) ha creato un'associazione per il restauro del Monastero de Santa María la Real, un magnifico edificio risalente al periodo di transizione tra il romanico e il gotico (XII-XIII secolo) che la Guerra civile aveva trasformato in un'immensa rovina. Tra gli "amici del monastero" figura anche Peridis (José María Pérez), il celebre architetto e disegnatore del quotidiano *El País*, originario di Aguilar, il quale, ispirandosi all'esperienza italiana delle "cooperative giovanili" che abbinano inserimento professionale e restauro del patrimonio, ha creato nel 1985 la prima "scuola-laboratorio" spagnola (si veda *LEADER Magazine n. 10*), convincendo il ministero della Pubblica Istruzione a finanziare i lavori di ricostruzione e restauro del monumento. Questi lavori, che si sono protratti per 12 anni, hanno portato alla riconversione del monastero in un magnifico complesso culturale che ospita, in particolare, un museo e una biblioteca.



Tre sistemi diversi, complementari e partner: la "ciclorotaia" spagnola, la *draisina tedesca* e la "bicicletta" francese

Fasi fondamentali del progetto "Eco-Rail"

1993: La volontà di valorizzare a fini turistici la linea ferroviaria Bilbao-León ha portato il gruppo LEADER Montaña Palentina a progettare un sistema semplice, conveniente e compatibile con l'ambiente: prende forma il concetto di "ciclorotaia" ("ciclorail" in spagnolo).

1994: Il gruppo LEADER e il responsabile della scuola-laboratorio di Barnuelo de Santullán mettono a punto il primo prototipo di ciclorotaia.

1995: Viene depositato il nome "ciclorail" ed il prototipo è brevettato in Spagna.

1995-96: Il gruppo LEADER ottiene dalla FEVE (rete spagnola delle linee ferroviarie a scartamento ridotto), in via sperimentale, un permesso di circolazione - Viene elaborato un secondo prototipo di ciclorotaia, più sofisticato e più leggero.

1997: Prima esperienza di commercializzazione pubblica su scala reale (orari normalizzati, guide professioniste, ecc.) - Il gruppo Montaña Palentina viene a conoscenza, tramite Info LEADER, del progetto "Véloral" (Biclorotaia) sostenuto dal gruppo francese Haut-Allier (Alvernia) -

Primo incontro dei rappresentanti spagnoli e francesi in occasione di un seminario LEADER organizzato a Dieulefit (Rodano-Alpi). Il gruppo LEADER Vogelsberg (Assia, Germania), che sostiene un processo analogo per la valorizzazione di linee ferroviarie dismesse, si unisce al progetto di cooperazione.

Fine 1997: Incontro in Spagna dei 3 gruppi LEADER in presenza di alcuni esperti spagnoli.

1998: Riunione dei 3 gruppi LEADER nella zona Vogelsberg - Dimostrazione pubblica dei 3 sistemi. Gli Spagnoli approfittano di questa trasferta per visitare l'Haut-Allier - Sfruttamento a scopi commerciali della ciclorotaia sul troncone della linea ferroviaria Mudá-Salinas-Mudá.

1999: Creazione dell'associazione regionale "Vias Vivas" alla quale partecipano 14 gruppi LEADER e 6 associazioni di "Amici della linea Castiglia-León" - Prime vendite del sistema ad altri territori - Omologazione tecnica della ciclorotaia in Germania.

Nel frattempo, l'Associazione degli Amici del Monastero si è trasformata, nel 1988, in un centro di studi sull'arte romanica diventando, nel 1994, una fondazione che vanta numerosi membri istituzionali del settore pubblico e privato, tra cui la Provincia di Palencia, l'Università di Valladolid e due istituti finanziari. Nell'ambito del programma PACTE attuato dal Consiglio dei Comuni e delle Regioni d'Europa, la fondazione è attualmente impegnata in un progetto di cooperazione per la valorizzazione del patrimonio e la gestione dei centri culturali, in collaborazione con strutture analoghe situate a Bamberg (Germania), Cashel (Irlanda), Conques (Francia) e Delfi (Grecia). La fondazione partecipa inoltre ad un progetto RAFFAELLO e alla preparazione del programma quadro europeo Cultura 2000.

Plastici

Nel corso degli anni, la Fundación Santa María la Real-Centro Estudios del Romanico si è trasformata in una vera e propria "holding culturale" che impiega 100 persone ripartite in cinque unità: una scuola-laboratorio (50 studenti), un'impresa per il restauro di monumenti (15 dipendenti) e una quarantina di beni architettonici restaurati dal 1994), una società che gestisce strutture ricettive rurali in antichi edifici di carattere (15 dipendenti), un gruppo di studio (4 persone) per la realizzazione di un'enciclopedia dell'arte romanica nella Castiglia-León ed un'impresa per la fabbricazione di plastici dei monumenti spagnoli e europei (20 dipendenti) commercializzati con il marchio "Euro-Monumenta".

"L'impresa nasce dalla scuola-laboratorio e dall'allestimento del museo", racconta Juan Carlos Prieto, direttore della fondazione. "Per arricchire il museo, una parte della scuola-laboratorio si era specializzata nella realizzazione di plastici in legno (in scala 1:50) che riproducevano le chiese romaniche della Montaña Palentina (quasi tutti i villaggi ne possiedono una). Si tratta di riproduzioni estremamente precise, di un lavoro minuzioso di altissima qualità. Poiché in questo campo avevamo acquisito una grande esperienza, una volta terminata la fornitura per il museo abbiamo deciso di proseguire l'attività su base commerciale, orientandoci verso la fabbricazione di plastici in gesso dei monumenti nazionali e europei, ovviamente dell'epoca romanica, ma anche di altri periodi. Attualmente, nel nostro catalogo sono presentati 196 modelli diversi. Operiamo sul mercato dell'oggettistica di lusso, ma lavoriamo anche su ordinazione per enti e organizzazioni che desiderano offrire a clienti e fornitori la riproduzione della loro sede centrale." LEADER ha cofinanziato la realizzazione del catalogo e la campagna promozionale, nonché la fabbricazione di 8 prototipi che riproducono monumenti nazionali. L'iniziativa comunitaria ha inoltre contribuito al restauro e alla riconversione delle stalle del monastero in "posada", hotel caratteristici di lusso con una trentina di camere. "Si tratta del primo progetto di vasta portata attuato nell'ambito di LEADER I, utilizzato in seguito come modello presso altri proprietari che hanno commissionato alle imprese edili la ristrutturazione in unità turistiche dei loro edifici", sottolinea Fernando García. Praticamente, un'altra forma di plastica a grandezza naturale.

Valorizzare la povertà

In questa zona, l'altra priorità di LEADER I era la creazione di un'offerta ricettiva di qualità, poiché all'inizio degli anni '90 nella Montaña Palentina esistevano soltanto alcuni alberghi turistici tradizionali, tra cui un *parador* (*). "Sono solito dire che LEADER valorizza la povertà", dichiara José Manuel Merino. "La zona era fiorente sino al XIII secolo, poi tutto si è fermato e la Montaña Palentina si è talmente impoverita che i villaggi si sono conservati nello stato originale sino ai giorni nostri. Risultato: oggi possiamo contare su un patrimonio architettonico eccezionale, dalla casa più modesta al castello medioevale, che chiede soltanto di essere valorizzato..." Nell'ambito di LEADER I sono state pertanto riconvertite in strutture ricettive una trentina di case (250 posti letto). "Per non parlare degli altri proprietari che hanno seguito l'impostazione e la qualità del modello LEADER senza fruire di finanziamenti", constata José Manuel. E il direttore del GAL spiega i criteri per la selezione dei proprietari finanziati dal progetto (50% dell'investimento): "un'attenzione particolare viene riservata alle categorie in difficoltà, ossia i minatori e gli agricoltori, nonché le donne e i giovani. Attualmente, nell'ambito di LEADER II, altrettanto fondamentale è il criterio geografico perché tendiamo a garantire, sull'intero territorio, una ripartizione equilibrata delle strutture ricettive di qualità.

LEADER ha finanziato l'avvio dell'impresa "Euro-Monumenta" che fabbrica plastici di monumenti



Allegato I



La scuola-laboratorio e l'impresa di restauro della Fondazione Santa Maria la Real: 50 allievi, 15 dipendenti e una quarantina di beni architettonici restaurati dal 1994

Nella maggior parte dei casi si verifica la seguente situazione: ci troviamo di fronte ad un lavoratore minacciato, talvolta un disoccupato, la cui famiglia possiede però un edificio caratteristico abbandonato. Tentiamo di convincere i genitori a restaurare questo patrimonio per il figlio o la figlia in difficoltà. Una volta concluso, ogni progetto viene successivamente completato da una formazione.* Secondo i responsabili del GAL, LEADER II significa anche ricercare prodotti turistici innovativi. Oltre allo sfruttamento della ciclorotaia e dei percorsi escursionistici, la società TAO fabbrica strumenti musicali tradizionali tipici della zona ed organizza periodicamente serate medioevali nei paradores della Castiglia. Queste attività permettono alla società di lavorare tutto l'anno. "Taxi de Montaña", invece, utilizza veicoli fuoristrada per offrire un servizio di taxi e di trasporto (scolari e anziani) ed organizzare escursioni su piste in alta montagna. Il "Centro del turismo attivo Aventuras & Aventuras", che abbina in un'unica struttura pernottamento, attività naturalistiche, sport estremi e nuove tecnologie, accoglie tutto l'anno una clientela "trendy" particolarmente sensibile ai problemi ambientali.

Anche molti altri operatori della Montaña Palentina possono vantare clienti tutto l'anno: sono passati meno di dieci anni da quando la zona si è orientata risolutamente verso questo settore di attività e la grande affluenza turistica è oggi in costante aumento grazie ad una relativa destagionalizzazione dell'offerta. "Un solo complesso alberghiero chiude in inverno", sottolinea Fernando Garcia, "e nessun operatore turistico sostenuto da LEADER è fallito... anzi, le tradizionali strutture turistiche (come ad esempio i paradores), che erano in declino, hanno ritrovato un nuovo dinamismo e una rinnovata affluenza di clienti... Oggi tutti conoscono la Montaña Palentina e abbiamo ormai i mezzi per attirare nella zona una parte dei flussi turistici, come ad esempio quelli provenienti da Madrid, che in passato erano diretti verso la Cantabria e si limitavano ad attraversare la nostra regione."

Parco a tema

"Credo che abbiamo puntato sulla cosa giusta", afferma José Manuel Merino, "avviare il processo, creare offerta e domanda, questa era la grande sfida di LEADER I. Nell'ambito di LEADER II abbiamo consolidato i risultati acquisiti, insistendo maggiormente sulla qualità, introducendo le modifiche necessarie per mantenere i giusti equilibri, anche sostenendo lo sviluppo di altri settori come la filiera della carne, la trasformazione casearia o l'ebanisteria. Per LEADER+ abbiamo già in mente una nuova idea: 'la Montaña Palentina, Terra di Arte e Storia', ossia trasformare il territorio in un vero e proprio 'parco a tema', nel senso globale e culturale del termine, associando tutte le risorse territoriali ancora isolate: il patrimonio romanico, ferroviario, minerario, le attrattive e gli operatori turistici, i produttori agroalimentari, ecc." <

(*) "Parador": hotel di carattere, generalmente situato in un edificio storico ristrutturato e/o in un contesto particolarmente suggestivo. Di proprietà dello Stato, gli 85 paradores spagnoli formano una rete di strutture ricettive di lusso.



LEADER MONTAÑA PALENTINA

Superficie del territorio: 1.771 km²
 Popolazione: 30.390 abitanti
 Finanziamento LEADER II: 4.444.000 ECU
 UE: 2.000.000 ECU
 Altri fondi pubblici: 667.000 ECU - Settore privato: 1.77

Federación ADEMPA
 Asociaciones para el Desarrollo de la Montaña Palentina
 C/ Le Madero, s/n
 E-34840 Cervera de Pisuerga (Palencia)
 Tel: +34 979 87 04 81 - Fax: +34 979 87 04 81
 E-mail: ademapa@cdrtcampos.es



Internet al servizio dello sviluppo della Gâtine (Poitou-Charentes, Francia)

I "Gatinauti"

Nella zona LEADER Pays de Gâtine, alcune reti virtuali affiancano il densissimo tessuto delle reti locali di solidarietà, potenziando così l'integrazione e l'efficacia delle azioni di sviluppo rurale attuate.

Domanda n. 1: qual è il nome dell'unica cittadina francese dove è possibile, dal 1998, fare la spesa via Internet in un "supermercato virtuale" (con 9.000 prodotti repertoriati)? Risposta: Parthenay, capitale del "Pays de Gâtine", nel dipartimento delle Deux-Sèvres, regione Poitou-Charentes, 11.000 abitanti, con le sue antiche mura, la chiesa romanica, il mercato del bestiame e, dal 1996, i suoi "centri-risorse digitali"...
Domanda n. 2: ma cos'è un "centro-risorse digitale"? Risposta (di Jérôme Chausson, giovane animatore della "Maison de la Citoyenneté active" di Parthenay): "è un luogo aperto a tutti, dove vengono messi a disposizione del pubblico computer, scanner, stampanti, collegamenti Internet, caselle di posta elettronica e siti Web creati dagli abitanti. Tutto gratuitamente, con un'eventuale assistenza tecnica in caso di bisogno."

"I centri digitali sono oggi parte integrante del patrimonio di Parthenay", aggiunge Jérôme. "La prova: sono stati integrati nel circuito delle visite guidate della città." Visitare i sei centri-risorse digitali di Parthenay è un po' come visitare i castelli della Loira: tutti si assomigliano, eppure sono tutti diversi. Ogni centro, infatti, è a tema e si rivolge ad una particolare categoria di pubblico: la "Maison de la Citoyenneté active" ("Casa della cittadinanza attiva") ha una vocazione sociale. In un certo qual modo, questo centro funge da sportello unico che fornisce sostegno alle iniziative locali e alla creazione di associazioni. Oltre ad un sistema informatico completo, esso ospita anche un'agenzia per l'occupazione e un centro di orientamento professionale. Gli altri centri "in parthenay" - uno slogan locale - sono situati rispettivamente presso la sede del municipio (servizi amministrativi di prossimità), in un polo industriale (vocazione economica), presso il Palazzo dei Congressi (vocazione commerciale e turistica), all'interno della biblioteca-mediateca (vocazione culturale) e persino presso la "Maison des Jeux" ("La casa dei giochi"), a vocazione ludica. Ogni centro accoglie quotidianamente da 50 a 100 visitatori.

Completivamente vi lavorano 10 persone, che assistono gli utenti che lo desiderano nell'utilizzo dei vari strumenti telematici. Quest'assistenza, che rappresenta una delle principali peculiarità dei centri digitali, è sempre più perfezionata, man mano che si diffonde l'uso delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC): nel settembre 1998, il distretto di Parthenay (TIC): nel settembre 1998, il distretto di Parthenay (17 000 abitanti) contava 2 100 indirizzi privati di posta elettronica, per un totale di 7 500 nuclei familiari.

Mercato elettronico

"Molte cose sono possibili grazie al favorevole ambiente tecnologico in cui ci troviamo", afferma Patrick Martine, direttore del mercato di Parthenay. Questo mercato "a trattativa privata", il terzo in Francia per il bestiame ovino e quarto per il bestiame bovino, nonché prossimamente primo mercato del bestiame su Internet, rappresenta in un certo modo l'interfaccia tra la massiccia informatizzazione della cittadina di Parthenay (si veda il riquadro) e i paesini della Gâtine. In questa regione in cui predomina l'allevamento, la computerizzazione del mercato agevolerà in larga misura la diffusione della telematica a fini commerciali sino nei luoghi più isolati di questa zona svantaggiata del Poitou.

Il mercato di Parthenay, che risale al IX secolo, era divenuto negli anni '70 il principale mercato francese per i bovini da macello, ma la crisi sopraggiunta alla fine degli anni '80 ha ridotto di un terzo le attività. Gli allevatori della Gâtine decisero allora di reagire alla situazione puntando sulla qualità. A tale scopo scelsero un "prodotto-trainante" locale: la razza bovina Parthenaise, molto saporita ma trascurata dall'agricoltura intensiva poiché era considerata, in base agli standard produttivistici, insufficientemente redditizia sia per quanto riguarda il latte, sia per la carne.

Nel 1990 viene creata una "Associazione per la Promozione delle Carni di Qualità superiore" (APVQS) alla quale sono oggi affiliati circa 200 allevatori bovini e ovini (tra cui 40 aziende agricole biologiche). Tra il 1990 e il 1994 l'associazione ristrutturò i due settori, organizzò varie attività promozionali e ottenne tre marchi di qualità per la carne sia ovina che bovina. Forte di questi risultati, l'APVQS elaborò un programma quinquennale volto a migliorare le due filiere. Grazie a questo piano, essa viene scelta nel 1995 come committente della misura Agricoltura di LEADER II, essenzialmente incentrata sulla valorizzazione delle filiere ovina e bovina della Gâtine, in particolare mediante l'uso delle TIC.

A questo proposito, era innanzi tutto necessario creare un "osservatorio del bestiame" al servizio degli allevatori, del mercato e del macello di Parthenay. *"Il progetto prevede due tipi di intervento",* spiega Patrick Martine: *"rendere le transazioni del mercato totalmente trasparenti e garantire la possibilità di risalire all'origine degli animali. Per quanto riguarda il primo aspetto, l'azione consiste nel creare un sito Internet e nel mettere gratuitamente a disposizione degli allevatori-venditori, durante l'orario di apertura del mercato, un determinato numero di computer in modo da consentire loro, ad esempio, di conoscere le quotazioni in tempo reale, di informarsi sulla solvibilità degli acquirenti, insomma di ridurre in modo considerevole i rischi di effettuare cattive operazioni commerciali. In merito al secondo aspetto, verrà introdotto entro la primavera del 1999 un sistema di codici a barre che permetterà, tra l'altro, di armonizzare le relazioni tra gli allevatori e i macelli, in particolare per quanto riguarda il peso dell'animale effettivamente remunerato."*

"Questo è un primo passo verso il mercato elettronico", aggiunge Thierry Rochette, animatore dell'APVQS responsabile della direzione dell'operazione, per la quale LEADER ha stanziato 15 000 EUR.

Centro digitale di Thouars: scolari e abitanti della Gâtine fruiscono del "Plan Net" attivato dalle autorità dipartimentali



"Mouton-Village" propone numerose attività per l'infanzia

Collegare la Gâtine (www.gatine.org/)

"Non esiste ancora una superstrada che consenta l'accesso rapido alla zona, ma possiamo almeno permetterci l'autostrada dell'informazione!", scherza Benoit Michenot, animatore dello sviluppo presso il gruppo d'azione locale (GAL). "Gâtine" può essere tradotto in italiano con il termine "palude" ossia, secondo la definizione del vocabolario Zingarelli, una "area di terreno depresso di solito ricoperto di acqua stagnante e poco profonda". *"Le Terre acquitrinose di Parthenay" come si diceva un tempo,* conferma Yves Pacaud, responsabile per lo sviluppo delle nuove tecnologie presso il GAL. *"Ci consideravano dei 'campagnoli'... Era una regione chiusa e le comunicazioni sono sempre state difficili. Alla fine del XIX secolo si potevano ancora vedere nella zona delle portantine! Ma questo isolamento della Gâtine ha creato una solidarietà fortissima che si è strutturata, in tempi più recenti, in un movimento associativo estremamente dinamico. Se a ciò si aggiungono le nuove tecnologie, è facile capire perché si possa cominciare a parlare qui da noi di una 'economia in rete'."* Grazie alla convinzione di alcuni rappresentanti eletti, tra cui Jean-Marie Morisset, presidente del GAL, l'esperienza telematica di Parthenay è stata ripresa in ambito rurale dalle autorità dipartimentali e regionali. Le nuove tecnologie rappresentano in un certo qual modo il coronamento del volontarismo di una strategia territoriale avviata nella zona negli anni '70. *"Per il Pays de Gâtine",* afferma Dominique Brouard, direttore del GAL, *"la sfida è rappresentato da uno sviluppo della zona basato su strumenti logistici deboli, ma su solide reti di agenti di svi-*

luppo e imprenditori. Questa strategia è agevolata dalle varie autorità territoriali e dall'esistenza di associazioni intercomunali. La Gâtine vanta infatti 7 consorzi di comuni che hanno impegnato, ciascuno, uno o due agenti di sviluppo. Si è dunque venuta a creare una forte cooperazione in rete tra le risorse disponibili. L'attuazione di centri digitali in ogni cantone e la creazione, entro l'estate 1999, di un sistema di posta elettronica tra i servizi amministrativi dei 76 comuni del comprensorio dovrebbero permettere di ovviare alla carenza delle vie di comunicazione, di strutturare elettronicamente le reti di sviluppo locale e, in futuro, di infondere un nuovo dinamismo al nostro territorio."

Il progetto Mouton-Village

Questo processo per dinamizzare il territorio è già stato avviato a Vasles. In questa zona, la cooperazione tra le autorità locali, le risorse disponibili e il movimento associativo (24 associazioni per una popolazione complessiva di 1 650 abitanti) ha permesso di ottenere risultati incredibili: il progetto "Mouton-Village", che ha trasformato completamente la località, è un esempio particolarmente efficace di integrazione dei vari settori: sociale, agricolo, culturale e turistico. L'economia di Vasles e delle zone limitrofe si fonda esclusivamente sull'allevamento di pecore da macello. Nel 1990 sopraggiunge la crisi e crollano i prezzi dell'agnello francese. All'epoca nessuno avrebbe scommesso sul futuro del settore, salvo il sindaco del paese, Gilles Parnaudeau, e tre altri "visionari" che colgono questo momento per concretizzare la loro ambiziosa idea: fare dell'allevamento

I progetti METASA, MIND, IMAGINE: l'Europa aiuta le cittadine a collegarsi: l'esempio di Parthenay

L'ampia diffusione della telematica a Parthenay, cittadina di una regione in cui Internet è ancora un fenomeno relativamente poco diffuso, affonda le sue radici nel progetto "Città digitale", intrapreso dal comune nel 1994 e finalizzato a far sì che "gli abitanti siano attori creativi della città" (1).

Nel 1996 viene varato METASA (2), un programma pilota di durata annuale promosso dalla Direzione generale XIII della Commissione europea. Il programma tende a:

- > trasformare diverse cittadine europee in un laboratorio sperimentale, su scala reale, delle nuove tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC);
- > adottare un'impostazione operativa in un'ottica sociale, volta a coinvolgere quanto più possibile i cittadini nel progetto, in base alle loro esigenze e facendo in modo che essi partecipino alla creazione di servizi e non si limitino ad essere semplici "utenti-cavie".

Oltre a Parthenay, il programma METASA ha interessato Amedo (La Rioja) in Spagna, Weinstadt (Bad-Württemberg) e Torgau (Sassonia) in Germania. Tra i partecipanti figurano inoltre grandi aziende del settore informatico, nonché sei università e centri di ricerca.

"Per identificare i bisogni dei cittadini abbiamo inviato a 7 500 nuclei familiari un questionario di una ventina di pagine", spiega Hervé Denudt, responsabile dello sviluppo presso il servizio economico del distretto di Parthenay. "Il tasso di risposta è stato molto soddisfacente: 25%. Le risposte hanno permesso di delineare sette diversi atteggiamenti nei confronti delle nuove tecnologie, che corrispondono a tre profili psicologici: gli 'utopici', gli 'attentisti' e i 'refrattari'. In base a questi tre profili sono stati costituiti altrettanti gruppi di discussione omogenei ai quali hanno partecipato, complessivamente, ben 300 persone. I risultati di questi scambi hanno permesso di identificare tre principali campi di applicazione delle tecnologie dell'informazione per quanto riguarda il pubblico in generale: la cultura, l'economia e il sociale."

Nel 1997 la cittadina di Parthenay ha fruito di un finanziamento nell'ambito di un programma europeo di sensibilizzazione e di dimostrazione sull'utilizzo delle TIC: nel quadro del progetto MIND (3), varato dalla Direzione generale per l'Industria (DG III), nella cittadina sono stati installati alcuni servizi telematici interattivi. L'operazione porterà alla creazione di una rete Intranet e di sei "centri-risorse digitali" (si veda l'articolo principale).

Nel corso dello stesso anno, il comune di Parthenay ha varato l'operazione "Mille Micros": anch'esso ideato nell'ottica di favorire l'appropriazione delle TIC da parte della popolazione, il progetto doveva permettere a qualsiasi cittadino di acquistare un personal computer ad un prezzo ragionevole. A tal fine, la città ha condotto trattative con France Telecom e con un grande fabbricante di computer. Con un costo di circa 1 000 ECU, ogni abitante di Parthenay può così avere a disposizione un computer e fruire gratuitamente di 200 ore di accesso diurno a Internet per due anni.

Nel 1998, la Direzione generale XIII attua IMAGINE, un altro programma che rappresenta la continuazione di METASA. Parallelamente, sono stati coinvolti anche i settori dell'istruzione e della formazione: tutte le strutture scolastiche del distretto sono ora collegate e sono stati costituiti alcuni gruppi di lavoro per elaborare progetti collettivi che fanno ricorso all'uso delle TIC: condivisione dei centri di documentazione, creazione di un "package" di servizi didattici, ecc. Ma in attesa della realizzazione concreta di questi progetti, è già possibile notare che la "computerizzazione" di Parthenay ha esercitato un "effetto pedagogico" positivo, in particolare per quanto riguarda l'inserimento socio-professionale.

A tale proposito l'esempio più spettacolare è rappresentato da un ragazzo con vari insuccessi scolastici alle spalle che, scoprendosi una vera e propria passione per Internet, ha inserito le sue poesie sul Web ed è stato contattato da una casa editrice tedesca che intendeva utilizzarle per i propri libri di testo scolastici...

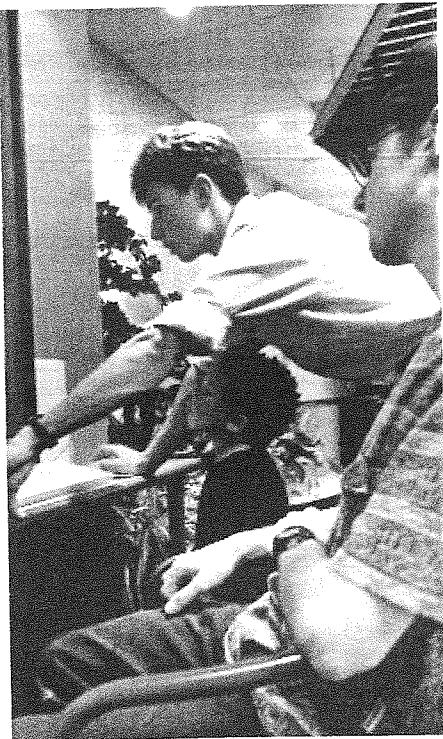
"Qui tutte le imprese sono immerse nelle nuove tecnologie", conclude Hervé Denudt. Secondo il responsabile del servizio economico del distretto di Parthenay, i vari progetti previsti nell'ambito della strategia "città digitale" hanno avuto un considerevole impatto:

- > potenziamento delle imprese esistenti. Vi è, ad esempio, il caso di un'azienda locale centenaria di gadget e articoli per carnevale che da due anni si sta fortemente espandendo nei paesi francofoni;
 - > creazione di nuovi servizi. Oltre all'esperienza del "supermercato virtuale" che ha portato alla creazione di tre posti di lavoro, una grande catena di articoli per il "fai da te" si orienta nel settore della vendita per corrispondenza a partire da Parthenay. Nell'ambito del processo per garantire il necessario rilancio dei negozi del centro è inoltre prevista l'attuazione di un sistema per la centralizzazione degli ordini via Internet per i piccoli commercianti;
 - > insediamento di nuove imprese. Nella zona si sono installate dodici società informatiche che hanno creato 30 posti di lavoro, mentre un grande distributore di mobili ha scelto Parthenay per sperimentare un nuovo tipo di organizzazione delle vendite sul modello della fornitura "just-in-time";
 - > nascita di nuove microimprese innovative. È il caso, ad esempio, di un'imprenditrice locale che noleggia camper in tutta la Francia ai turisti, soprattutto olandesi, via Internet; o di un negoziante di scarpe che, divenuto internauta, ha individuato nei numeri fuori misura una nuova nicchia di mercato e riceve ordini da Svizzera, Spagna ecc.
- >> Web: www.district-parthenay.fr

(1) Michel Hervé, sindaco di Parthenay, in "Le Monde" del 9 dicembre 1996.

(2) METASA: Multimedia Experimental Towns with A Social-pull Approach (Città sperimentali multimediali in un'ottica sociale).

(3) MIND: Multimedia Initiation of the Digital Towns (Iniziazione multimediale delle città digitali).



La "Maison de la Citoyenneté active" di Parthenay

ovino una forza motrice dello sviluppo locale. "Trasformare un territorio minacciato dalla desertificazione demografica in un 'territorio-risorsa", racconta Christian Proust, uno dei "padri fondatori" del progetto Mouton-Village. "Valorizzare con ogni mezzo il know-how degli abitanti: produrre una carne ovina di qualità superiore nel rispetto dell'ambiente, venderla al prezzo migliore, promuovere il settore, utilizzarlo come attrattiva turistica. Una vera e propria rivoluzione culturale in paese!"

Per prima cosa è stato costruito un mercato coperto. Nel 1991 i promotori del progetto riescono a convincere 7 allevatori, ai quali se ne sono aggiunti successivamente altri otto, a "produrre il migliore agnello del mondo". Viene definito un capitolato d'oneri che porterà inizialmente ad un marchio di qualità e quindi alla creazione di una società finalizzata alla commercializzazione del prodotto. Questa società ha stipulato nell'estate 1998 un contratto con una grande catena di supermercati per la fornitura di agnelli di qualità superiore. Ma se si analizza tutto il lavoro svolto sino ad oggi, si constata che ogni anno sono state realizzate varie attività: il centro del paese viene interamente rinnovato nel 1992; l'anno seguente viene inaugurato il "Giardino degli agnelli" dove vivono, in una cornice di grande attrattiva, una ventina di razze ovine provenienti da tutto il mondo, alcune delle quali minacciate di estinzione; nel 1995 viene costruita la "Casa della pecora", un vasto edificio in cui sono presentati, con laboratori, spettacoli di automi, ecc., tutti gli aspetti dell'allevamento ovino nel corso dei secoli e nei vari continenti. Il punto vendita garantisce un "commercio equo e solidale" di articoli in lana provenienti da vari Paesi del mondo. Tutto ciò forma un complesso turistico di una decina di ettari, totalmente integrato al villaggio, che richiama ogni anno più di 35 000 visitatori. "Gli abitanti della zona hanno cominciato a crederci quando sono apparsi i primi pullman di turisti", si ricorda Christian Proust. "E ora ne sono fieri. Si può addirittura parlare di un 'clima dei progetti' a Vasles. Mouton-Village ha creato 12 posti di lavoro diretti e una quindicina di impieghi indotti, per non parlare delle entrate degli allevatori. Ed è proprio questa, oggi, la nostra principale sfida: fare in modo che tra dieci anni continui ad esserci degli allevatori. A questo proposito prevediamo di creare una 'azienda turistica ecologica' che formerà i giovani..."

Nel frattempo, con il sostegno di LEADER, Mouton-Village si è impegnato in un processo di cooperazione transnazionale per "aprirsi ad altre prassi operative e mantenere vivo il coinvolgimento della popolazione". Nel marzo 1997, 150 persone della zona LEADER spagnola Tierra de Campos (Castiglia-Léon), che condivide le stesse realtà e le medesime preoccupazioni, si è recata in visita a



Visita virtuale di un Giardino della Gâtine

Vasles; 100 abitanti della Gâtine hanno contraccambiato la visita nel luglio 1998. Al processo, denominato "Rete europea degli Ovini e degli Uomini", si è successivamente unito il gruppo LEADER portoghese Basto.

L'ambiziosa strategia della Gâtine

L'esperienza di Vasles-Mouton-Village è il principale riferimento per un'importante azione della strategia LEADER: la creazione di quattro giardini a tema incentrati, rispettivamente, sulle specie ornitologiche, la geologia, l'immaginario e la botanica. "Vogliamo creare un prodotto originale che sia in grado di 'irrigare' i flussi turistici nel comprensorio della Gâtine, conservando al contempo un patrimonio naturale e paesaggistico di qualità. Creare giardini in questo grande giardino che è la Gâtine", spiega poeticamente Valérie Rocher, responsabile dei lavori per l'allestimento del giardino floreale di Soutiers. Un altro aspetto di rilievo dell'operazione "Giardini della Gâtine", cofinanziata da LEADER con uno stanziamento di circa 600 000 ECU, è rappresentato dal fatto che essa ha portato alla creazione di campi-lavoro di inserimento incentrati su "impieghi verdi". Soutiers occupa attualmente 7 ex disoccupati di lunga durata.

Questi giardini, inoltre, si inseriscono perfettamente nella strategia culturale della Gâtine. Quest'ultima non può contare su una grossa affluenza turistica spontanea, ma forte del suo tessuto associativo è divenuta una vera e propria "terra di festival": a fianco delle varie animazioni culturali attuate tutto l'anno, si ritrovano il Festival dei Giochi (100 000 visitatori) e tre importanti festival musicali organizzati a Parthenay, un Festival della Pittura e della Scultura a St-Loup-sur-Thouet e, ogni autunno nel paesino di Ménigoude (800 abitanti), il Festival internazionale del Documentario ornitologico che, nei suoi 14 anni di esistenza, è divenuto uno dei

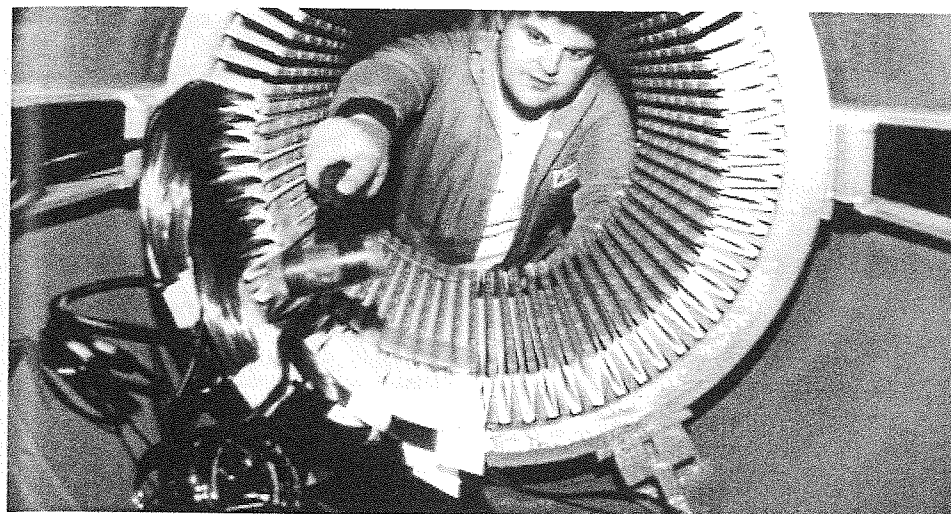
più importanti festival mondiali nel settore dei documentari sulla fauna e l'ambiente (30 000 visitatori, decine di cineasti, una quarantina di documentari in concorso, una miriade di incontri sull'ecologia). "Nel 1999 verrà organizzato nella Gâtine il primo Festival internazionale dell'Arte culinaria", annuncia Benoît Michenot. "Queste manifestazioni mobilitano moltissimi volontari e sarebbe interessante, dal punto di vista dello sviluppo, realizzare uno studio completo sul fenomeno..."

Queste operazioni e attrattive della Gâtine sono naturalmente presentate su Internet, la regina delle reti. Domanda complementare: dove si trova il centro del mondo? Risposta: a Pougne-Hérissou (380 abitanti), antico borgo medioevale al centro della Gâtine, che organizza ogni due anni una specie di happening basato sulla creatività del narratore e umorista Yannick Jaulin e in cui sorgerà entro l'anno 2000 un meraviglioso "Giardino delle Storie del Mondo". Per ottenere maggiori informazioni sul contenuto - indescrivibile - di questo progetto al quale partecipa il programma LEADER, consultare il sito <http://www.gatine.org>.

LEADER PAYS DE GÂTINE

Superficie della zona: 1 585 kmq
Popolazione: 64 198 abitanti
Finanziamento LEADER II: 2 500 000 ECU
UE: 880 000 ECU - Altri fondi pubblici: 1 530 000 ECU
Settore privato: 90 000 ECU

GAL du Pays de Gâtine
SMAEG
3 rue Henri Dunant, BP 505
F-79208 Parthenay CEDEX
Tel.: +33 5 49 64 25 69 - Fax: +33 5 49 94 21 22
E-mail: michenotbe@distri-nc-parthenay.fr
Web: www.gatine.org



LEADER: strumento per la diversificazione economica e la qualità della vita nel sud-ovest dell'Irlanda

La Tigre Duhallow

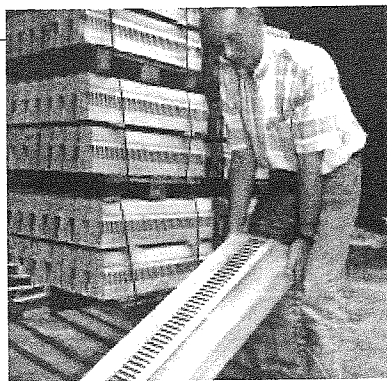
Nella realtà irlandese, caratterizzata da una forte crescita, gli abitanti e le imprese di Duhallow attuano progetti economici, culturali, sociali e ambientali incisivi ed innovativi. Obiettivo: domare la "tigre celtica" per ripopolare e garantire lo sviluppo di questo territorio rurale marginale.

Aeroporto di Shannon. Alcuni pannelli al di sopra del nastro trasportatore dei bagagli invitano i viaggiatori a "posare la valigia e cominciare una nuova vita" trovando un impiego in Irlanda tramite un nuovo sito Internet di offerte di lavoro. Una pubblicità che sarebbe apparsa surrealista soltanto due o tre anni or sono: incredibile, l'Irlanda che per circa due secoli ha visto una gran parte dei suoi figli partire per luoghi più clementi, è oggi alla ricerca di manodopera! Senza dilungarci sul famoso "miracolo economico irlandese" ampiamente coperto dai mass-media, rammentiamo alcuni dati particolarmente impressionanti: un tasso medio di crescita annua dell'8% negli ultimi sei anni, un netto calo della disoccupazione (17% nel 1994; 4,3% nel 1999) con 700 000 posti di lavoro creati in un solo decennio, un reddito pro capite

che supera ormai quello del Regno Unito, la trasformazione di un Paese sonnolento, addirittura "arretrato" all'epoca della sua adesione all'Unione europea, in un Paese "high tech" che produce oggi il 60% dei software commercializzati nel Vecchio Continente⁽¹⁾...

"Non tutte le regioni dell'Irlanda traggono vantaggio dal miracolo della 'tigre celtica'", stempera Derry Fitzpatrick, presidente dell'agenzia di sviluppo IRD Duhallow, il gruppo di azione locale LEADER (GAL). "È un fenomeno soprattutto urbano di cui fruiscono innanzi tutto Dublino, Cork, le città di medie dimensioni situate lungo le principali arterie stradali e nelle zone costiere di facile accesso. Per le zone rurali come la nostra è un'arma a doppio taglio: naturalmente, come ovunque, le nostre imprese ne traggono vantaggio - l'edilizia, ad esempio,

Billy Hickey abbinava attività agricola e fabbricazione di cordoni di marciapiede



è in piena espansione anche da noi - ma il miracolo economico favorisce l'esodo dei giovani. La 'tigre' prende le nostre risorse più vive e dinamiche..."

E di risorse vive e dinamiche la zona Duhallow^[2] non ne ha in abbondanza: la popolazione di questo territorio estremamente rurale, situato ai confini delle contee di Cork e di Kerry, è in calo costante da vent'anni. Qui il tasso di dipendenza è considerato molto elevato, dato che il 18,4% dei nuclei familiari è composto da individui o coppie di anziani, una percentuale piuttosto alta rispetto alla realtà irlandese. Un terzo della forza lavoro è rappresentato da agricoltori, "ma per quanto tempo ancora per molti di loro?", si chiede Mary Burns.

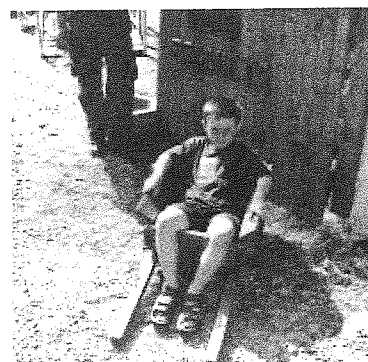
Mary non è preoccupata per il proprio avvenire: sin dal 1973 lei e suo marito hanno riconvertito la loro azienda agricola di 90 ha orientandosi verso la produzione di formaggi di fattoria. Esportatore per eccellenza, Eugene Burns è riuscito in breve tempo a commercializzare in Francia, e successivamente in Gran Bretagna, in Italia, nei Paesi Bassi e in Spagna, il loro eccellente formaggio a pasta semi-dura. "Sino alla campagna internazionale contro il latte crudo", racconta Mary. "All'epoca abbiamo dovuto fare una scelta e accettare di perdere il mercato francese optando per la pastorizzazione. Nel 1998 LEADER ci ha aiutato ad acquistare gli impianti necessari e ad ampliare le nostre unità." Secondo Mary, la qualità e il gusto del loro formaggio non sono mutati, mentre la produzione è passata da 14 a 40 tonnellate grazie al mercato americano e a due prestigiosi riconoscimenti ottenuti nel 1999 nel quadro del "British Cheese Award" (Premio britannico per il formaggio); quello del "migliore formaggio irlandese" e quello del "migliore formaggio europeo a pasta semi-dura". L'azienda agricola e il caseificio garantiscono attualmente otto posti di lavoro a tempo pieno.



Diversificazione, innovazione, rilocalizzazione

È necessario mantenere nella zona le risorse più dinamiche e, per quanto riguarda l'agricoltura, la parola d'ordine a Duhallow, come altrove in Irlanda, è "diversificazione". Gran parte del bilancio di LEADER è destinato a questa misura. L'elemento di maggiore interesse, tuttavia, è il carattere sovente innovativo delle nuove attività scelte dagli agricoltori locali per diversificarsi: il reddito dell'azienda casearia della famiglia Hickey, ad esempio, stava calando in modo preoccupante. Uno dei conoscenti della famiglia, che aveva da poco inventato e brevettato a livello mondiale un rivoluzionario cordone per marciapiedi che agevola l'evacuazione dell'acqua piovana, ha proposto a Billy Hickey di fabbricare questo prodotto composto di zinco e cemento. Con l'aiuto di LEADER, l'agricoltore ha ristrutturato un fienile abbandonato riconvertendolo in un'unità di produzione che ha recentemente iniziato ad assemblare 300 elementi "Drain-O-Kerb", la settimana, creando due nuovi impieghi ed integrando al contempo il reddito della famiglia. "Nel nostro caso sono stati decisivi l'assistenza tecnica di IRD Duhallow, il finanziamento LEADER che ha esercitato un effetto leva per altri prestiti e la maggiore apertura della Cooperativa di Credito", sottolinea Billy prima di confidare: "non è escluso che in futuro questa attività possa sostituirsi del tutto alla nostra attività agricola; il mercato immenso con la costruzione di tutte queste nuove strade e l'espansione delle aree urbanizzate di Dublino..."

"Eroavamo diventati degli 'agricoltori della domenica', la nostra azienda agricola non aveva più alcun futuro...", racconta James O'Sullivan (45 anni) il quale, dopo la morte del padre, ha trasformato la fattoria di famiglia in un'impresa di mobili da giardino in legno che fabbrica una vasta gamma di prodotti: pergole, fioriere, capanne per bambini, cassette per uccelli, ecc. Tra il 1996 e il 1999 "Fingerprints Wood Products" ha triplicato il fatturato. "I margini di profitto sono notevoli (tra il 45% e il 65%), tanto più che viene utilizzato tutto il legno poiché gli scarti finali sono venduti come legna per accendere il fuoco", spiega James. Avendo partecipato a cinque corsi di formazione (gestione, marketing, ecc.) organizzati da IRD Duhallow, anch'egli sottolinea la qualità dell'assistenza tecnica fornita dal gruppo LEADER e ribadisce l'importanza di radicare le imprese a livello locale: "un processo di diversificazione sostenibile deve essere in linea con le risorse del territorio."

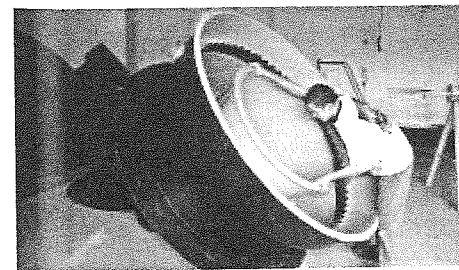


Un positivo esempio di riconversione realizzato dalla famiglia O'Sullivan

impianto per la fabbricazione di queste fosse, un'unità che impiega attualmente quattro addetti a tempo pieno. Due fattori rendono molto ottimista Patrick Buckley: il boom dell'edilizia in Irlanda e l'applicazione delle direttive europee sullo smaltimento delle acque e dei rifiuti. "A breve termine, il nostro obiettivo è di assemblare 500 fosse l'anno, pari ad un fatturato di 1 270 000 EUR, ma alcune stime recenti fanno pensare che la domanda sul solo mercato irlandese rurale sarà di 5 500 unità annue nei prossimi quattro o cinque anni. Fate un po' voi il calcolo..."

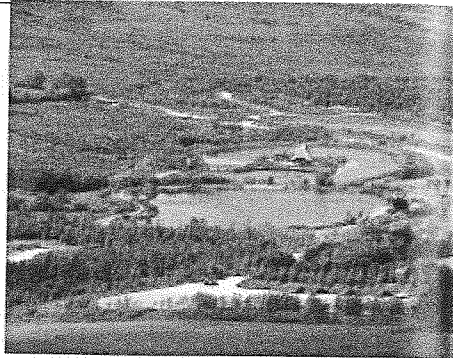
La "cerchia dei grandi"

Oltre alla particolare capacità di valorizzare le innovazioni di cui sembrano dotati gli imprenditori locali, un altro aspetto che colpisce il visitatore è il fatto che, a fianco dei settori di attività tradizionalmente presenti nelle zone rurali (agro-alimentare, edilizia, trasporti, servizi di prossimità), a Duhallow sono insediati varie imprese che ci si aspetta generalmente di trovare nei pressi di una grande città piuttosto che in questa parte periferica dell'Irlanda: situata a Rockchapel (450 abitanti), ADA Ltd. assembla e distribuisce in tutto il Paese sistemi di allarme. Con una ventina di dipendenti, "assunti nella zona" precisa Pat O'Connor, dirigente dell'azienda, l'impresa ha ottenuto un finanziamento LEADER II di 65 000 EUR per costruire un'unità di produzione di allarmi e una stazione di monitoraggio a distanza, due progetti che dovrebbero creare altri 9 posti di lavoro. "L'ammodernamento dell'aeroporto di Shannon offre grandi prospettive", spiega Pat O'Connor, "e sino allo scorso anno, prima di ricevere l'aiuto di LEADER, non potevamo presentare offerte per questo tipo di appalto. LEADER ci consente di accedere alla "cerchia dei grandi". "Alla cerchia dei grandi" partecipa già da diversi anni anche Avonmore Electrical Ltd., un'impresa che ha registrato una crescita costante dal 1958, anno della sua fondazione. Avviata da Jerry Sheehan nella sua piccola officina di Millstreet (1 500 abitanti), la società è ormai un'azienda leader nel settore della revisione dei motori elettrici in Irlanda. Leader con LEADER: un aiuto LEADER I di circa 95 000 EUR aveva permesso alla società di acquistare attrezzature più efficienti, di soddisfare la norma di qualità ISO 2002 e di poter trattare commesse di maggiore entità (collaudo e manutenzione di motori più pesanti). Una sovvenzione LEADER II di 63 500 EUR consente attualmente all'azienda di garantire la manutenzione e la riparazione dei motori delle locomotive. Risultato: le Ferrovie dello Stato irlandesi non spediscono più i loro motori in Gran Bretagna o negli Stati Uniti per farli revisionare o riparare e l'organico di Avonmore Electrical è passato da 53 a 67 addetti tra il 1998 e il 1999, ai quali si dovrebbero aggiungere prossimamente altri 9 posti di lavoro.



Mano a mano di una fossa "aerobica"

Il "Millstreet Country Park" (a lato) ha ispirato numerose iniziative per l'assetto di aree verdi (in basso)



"Si tratta di impieghi altamente specializzati per i quali è prevista una retribuzione media annua di 30 000 EUR, ossia una massa salariale di circa 2 milioni di EUR iniettata nell'economia locale nel 1998, senza contare i circa 380 000 EUR di costi annui versati localmente per l'acquisto di beni e servizi", indica Pat O'Sullivan, direttore delle vendite. Anche in questo caso colpiscono le dimensioni della fabbrica e l'insediamento degli impianti situati "in mezzo al nulla" o piuttosto in mezzo ad una magnifica area verde di 5,5 ha nei pressi di Kanturk.

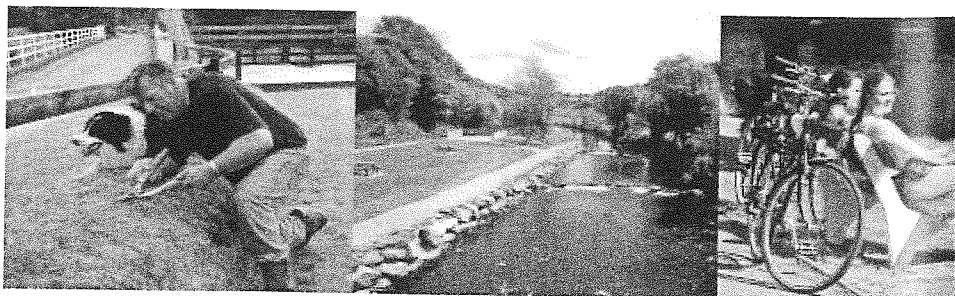
Country Parks

Jerry Sheenan, vero e proprio "animatore di Duhallow", è forse più appassionato alla tutela della natura che non al buon funzionamento della sua fabbrica. Oltre ad aver creato Avonmore Electrical, infatti, Jerry Sheenan ha anche fondato nel 1989 l'IRD Duhallow, l'agenzia che amministra attualmente, con un'équipe di 13 animatori, numerosi programmi di sviluppo nazionali ed europei. Ma Jerry è anche un "leader" per altri motivi: amante del suo angolo d'Irlanda, grande appassionato di pesca e della buona tavola, questo "self made man" si è impegnato in un progetto quasi folle. Nel 1973 ha acquistato 203 ha di landa e terreni paludosi intorno al monte Musheramore (612 m), vi ha avviato un allevamento di cervidi e tra il 1986 e il 1991 ha progettato ciò che si sta trasformando nella grande attrattiva di Duhallow, il "Millstreet Country Park"^[2], un'area ecologica probabilmente senza equivalenti in Europa. Aperto al pubblico nel 1995, il parco è un vero e proprio microcosmo del "paesaggio a valenza culturale"^[3] irlandese.

Parte del parco può essere visitata in minibus, ma il turista meno frettoloso ha la possibilità di percorrere a piedi i numerosi sentieri di quest'area ecologica. Oltre all'osservazione di più di 700 cervidi e di altre specie animali è possibile ammirare vari giardini ed un arboretum, meditare dinanzi ad un cerchio megalitico dell'Età del Bronzo, pescare in un lago, partecipare a escursioni didattiche e a conferenze, consultare una fornitissima biblioteca di opere naturalistiche, ecc. Il parco, che ha richiesto un investimento complessivo di 3,8 milioni di EUR provenienti essenzialmente da fonti private, è completato da un centro di accoglienza e di

interpretazione del patrimonio, con una sala per proiezioni, un ristorante e un padiglione per eventi musicali e concerti. LEADER II ha stanziato un contributo di 38 000 EUR, prevalentemente destinati ad azioni promozionali. Con una trentina di nuovi posti di lavoro e un aumento costante dell'affluenza (40 000 visitatori nel 1999, +35% nel primo semestre 2000^[4]), il Millstreet Country Park rappresenta un progetto con un forte effetto catalizzatore per questa piccola parte d'Irlanda. "Il Centro di formazione alimentare era il nostro progetto faro nel corso di LEADER I (N.d.R.: si veda il riquadro), il parco è la nave ammiraglia del nostro programma LEADER II", sintetizza Maura Walsh, direttrice di IRD Duhallow.

In un certo qual modo il Millstreet Country Park illustra su vasta scala un'impostazione attualmente in atto nella maggior parte delle comunità della zona: la trasformazione di fabbricati abbandonati e "di aree dismesse nei paesi" in spazi di cultura, aree verdi, centri ricreativi e luoghi di incontro. Ed in assenza di poteri comunali, poiché il primo livello territoriale strutturato in Irlanda è la contea, tutto si basa sulle associazioni, sul volontariato e, molto spesso, sul programma LEADER. Si prenda ad esempio il caso di Banteer (600 abitanti) dove tre associazioni locali hanno convertito un'antica scuola in teatro, mentre molte altre si sono associate per trasformare in giardino pubblico i dintorni di uno stagno a lungo trascurato. Stessa cosa poco lontano, dove gli abitanti di tre villaggi hanno pulito le rive ed il letto del rispettivo fiume, trasformandolo in un'area ideale per la pesca e le passeggiate.



Nei piccolo centro di Kiskeam, considerato uno dei più antichi insediamenti d'Irlanda, un'iniziativa locale ha trasformato un sito abbandonato in "parco dell'Età del Bronzo" installandovi sculture megalitiche. A New Market (3 000 abitanti) l'associazione di allevatori equini ha allestito un'area destinata a varie attività ricreative... Con il sostegno di LEADER, ogni villaggio fruisce di un'operazione di rinnovamento e di ristrutturazione.

"In Irlanda, Kanturk ha il triste primato dell'invecchiamento demografico", si lamenta Frank Healy, un altro "leader" locale che da 40 anni cura volontariamente, con alcuni amici, la principale area verde della cittadina. "La cosa che ci riempie di soddisfazione è vedere che sempre più famiglie giovani decidono di restare nella zona e, da qualche tempo, anche di trasferirsi qui da noi dall'esterno. La qualità della vita che vogliamo raggiungere valorizzando meglio le attrattive dei villaggi è una sfida fondamentale per il futuro di questa regione e LEADER ci offre i mezzi per conseguire questo obiettivo."

Musica

"Si tratta di un servizio degno di una grande città", afferma con entusiasmo Christine O'Shea, direttrice di una scuola elementare, membro del consiglio di amministrazione del GAL e musicista infaticabile. Con il sostegno di LEADER Christine ha creato al suo domicilio, a qualche chilometro da Nead (500 abitanti), una scuola di musica frequentata da un centinaio di giovani e adulti. "Più che una semplice scuola di musica il centro è oggi un luogo di incontro per i giovani, ma anche per i loro genitori, un vero e proprio circolo sociale per l'intero villaggio."

La musica è uno dei punti di forza che la zona di Duhallow intende sfruttare. Dal 1994, la comunità di Castlemagner (1 400 abitanti) allestisce commedie musicali a livello professionale. Sotto la direzione di Neil Moylan (un giovane del luogo che agli esordi nel 1994 aveva appena 15 anni!), un centinaio di abitanti si trasfor-

Formazione, inserimento e servizi di prossimità

Il Centro di formazione alimentare di Duhallow

Nel 1994, con il sostegno di LEADER I, l'agenzia IRD Duhallow ha varato un "Food Training Centre" che abbina solidarietà, sviluppo economico, formazione, inserimento socio-professionale e servizi agli anziani. Un'azione concreta che è stata riprodotta in altre parti dell'Irlanda.

"Il primo passo, quello che costa di più, è uscire dalla propria casa e mettersi finalmente a fare qualche cosa per sé". Marie Fenlon, responsabile del Centro di formazione alimentare di Duhallow, ama utilizzare questa formula quando parla dei suoi studenti: "Il nostro gruppo target sono le donne, spesso in difficoltà, che non hanno mai lavorato al di fuori della propria casa."

Nel 1993, nell'ambito del programma EUROFORM, IRD Duhallow aveva ottenuto dal National Food Centre (Centro nazionale per l'alimentazione) l'erogazione di un corso di formazione in igiene alimentare destinato a dieci piccole imprese locali (produttori di piatti pronti, rosticcerie, fornitori di ristoranti, ecc.).

Incentivata dal successo dell'operazione (le 10 imprese, tuttora in attività, si sono ulteriormente ampliate), l'agenzia ha deciso di garantire la continuità dell'azione creando un Centro di formazione alimentare con quattro unità e varie attrezzature per agevolare l'organizzazione di corsi di formazione di qualsiasi tipo. LEADER I ha permesso di realizzare concretamente il progetto.

Il Centro, inaugurato nel giugno 1994, è situato nel paesino di Boherbue e garantisce in permanenza la formazione di un decina di tirocinanti, producendo annualmente circa 5 800 piatti pronti che vengono consegnati ogni giorno in un raggio di circa 25 chilometri da una rete di una trentina di volontari. Una sovvenzione del ministero della Sanità consente di vendere i pasti ad un prezzo contenuto: 3,5 EUR. "Il Food Training Centre, che inizialmente era un progetto a finalità puramente economiche, si è progressivamente orientato verso un concetto più sociale spinto dai suoi dipendenti e dal carattere della sua clientela", spiega Maura Walsh, direttrice di IRD Duhallow. "Si può persino parlare di servizio sociosanitario: molti anziani vivono da soli e non hanno più le capacità fisiche e materiali di prepararsi pasti equilibrati. Il Food Centre segue la tendenza generale adottata in gerontologia che promuove quanto più possibile il mantenimento degli anziani al proprio domicilio, vegliando al contempo alla loro salute in modo ottimale."

Quattro gruppi LEADER irlandesi hanno riprodotto il modello del Centro nel rispettivo territorio di intervento. <

Allegato I



mano in cantanti, attori o comparse per interpretare "The Sound of Music" (1994), "Joseph and his Amazing Technicolor Dreamcoat" (1996), "My Fair Lady" (1997) o "Me and My Girl" (2000). Un'attività coronata dal riconoscimento dell'Opera di Cork che ha più volte invitato la troupe ad esibirsi nel proprio teatro, una cosa inedita in Irlanda per i gruppi dilettanti.

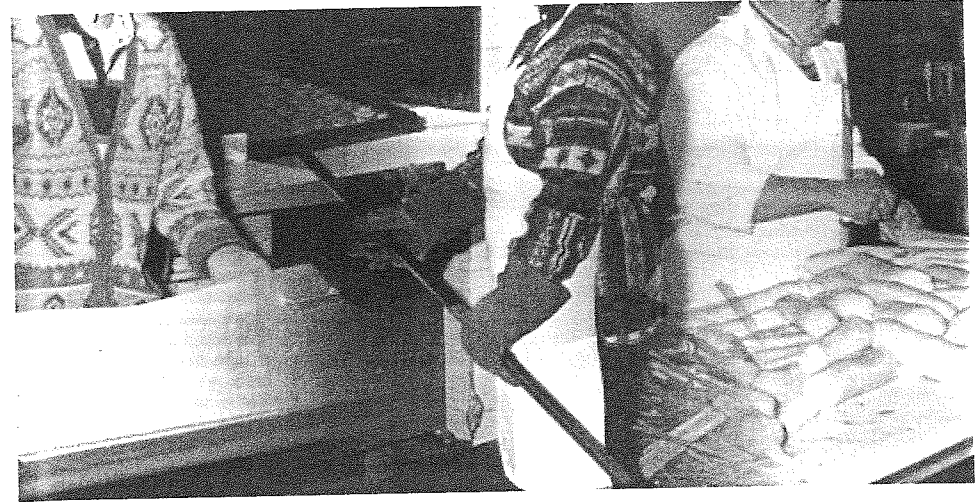
"Da dieci o quindici anni nutriamo un sogno, ma non potevamo realizzarlo... Solo LEADER ci ha permesso di trasformare tutto questo in realtà!", racconta Jack Roche di Rockchapel. Il nome del paese sembra il titolo di un pezzo degli U2, ma il presidente dell'associazione "Bruach Na Carraige" (Il suono delle Rocce) non è un appassionato dei gruppi rock irlandesi. Al contrario, Jack è piuttosto un purista: "È qui che nel 1583 è stata ritrovata la prima partitura scritta di musica irlandese. Possiamo dire che la nostra regione, 'Sliabh Luachra' (N.d.R.: "Le montagne dei canneti"), è la culla della musica irlandese. Il nostro centro si propone di preservare questo patrimonio: il repertorio del XVII°, XVIII°, XIX° secolo. La cosiddetta musica irlandese 'tradizionale' che si sente un po' ovunque è di fatto molto più recente ed è spesso snaturata. Noi tentiamo invece di salvaguardare la musica irlandese autentica e le danze che l'accompagnano. I giovani che frequentano il centro sono probabilmente i soli in Irlanda a suonare ancora questa musica e a interpretare queste danze." Oltre ad un'attiva conservazione di questo patrimonio, l'obiettivo è di attrarre nella zona un turismo specializzato proveniente da tutto il mondo, anche tramite le circa 400 associazioni di musica irlandese sparse sul pianeta. Alcuni dei momenti forti per Jack e la sua associazione: la concessione di una sovvenzione LEADER di circa

70 000 EUR (il 50% dei costi del progetto), un servizio realizzato dalla televisione giapponese sul Centro, l'inaugurazione ufficiale di quest'ultimo nel giugno 1999 ad opera della Presidentessa dell'Irlanda, Mary McAleese, e soprattutto la gioia di vedere quotidianamente decine di giovani di Duhallow che impiegano il loro tempo libero in modo appassionante.

Allora, "posare la valigia e cominciare una nuova vita"... nella zona di Duhallow o in altri territori rurali della Verde Erin? Ma cosa dire di coloro che si trovano già in queste zone e ancora non hanno fatto le valigie? Jerry Sheehan ha una propria teoria: "Abbiamo grandi difficoltà a trovare e a mantenere nella zona i nostri tecnici e ingegneri per più di due anni. Eppure, l'Irlanda rurale ha un grande avvenire, la qualità della vita è nettamente migliorata e vi sono ottimi posti di lavoro per i giovani che intendono restare in campagna... Ma bisogna che ne siano a conoscenza! È necessario che tutti contribuiscano all'informazione, a cominciare dagli insegnanti che devono presentare agli allievi delle scuole secondarie le possibilità, assolutamente reali, di vivere e lavorare in queste zone. LEADER+ dovrebbe prevedere azioni mirate destinate agli insegnanti; il ruolo che questi possono svolgere nello sviluppo locale è ancora nettamente sottovalutato..." <

- 1 Fonte: Robert Kuttner in "Business Week", luglio 2000 e John Murry Brown in "The Financial Times", 23-24 settembre 2000.
- 2 La zona LEADER corrisponde all'incirca all'antica baronia di Duhallow da cui deriva il nome.
- 3 <http://www.cork-guide.ie/millstreet/park.html>
- 4 In merito al concetto di "Kultur Landschaft" ("paesaggio a valenza culturale"), si veda LEADER Magazine n. 24, pag.16.
- 5 La soglia di redditività è stata calcolata a 50 000 entrate.

LEADER DUHALLOW	
Superficie del territorio:	650 km ²
Popolazione:	25 475 abitanti
Finanziamento LEADER II:	5 869 000 EUR
UE:	2 391 000 EUR
Altri fondi pubblici:	1 025 000 EUR
Settore privato:	2 453 000 EUR
IRD DUHALLOW Ltd.	
c/o Maara Walsh, Manager, James O'Keefe Institute, IRL-New Market (Co. Cork).	
Tel.: +353 29 60 633	
Fax: +353 29 60 694	
E-mail: duhallow@tinnet.ie	



Il Mezzogiorno intraprende e crea occupazione (Alto Casertano, Italia)

L'impulso di LEADER

Nelle zone montane della Campania, quali l'Alto Casertano, si diffonde una nuova cultura economica. Per i giovani di questi territori, a lungo marginalizzati, l'occupazione non è più sinonimo di impiego statale o emigrazione, ma rima piuttosto con creazione di impresa e innovazione. Una nuova dinamica e un nuovo spirito che LEADER contribuisce a diffondere.

Il belvedere di Caserta Vecchia, borgo fortificato ad una decina di chilometri dal capoluogo della provincia, permette di cogliere immediatamente la dualità socio-demografica della Campania: in basso la pianura urbanizzata, che si estende senza interruzione dal golfo di Napoli, con la sola eccezione dei grandi frutteti situati ai lati dell'Autostrada del Sole; più in alto, sullo sfondo, la montagna, le alture della provincia di Caserta, l'Alto Casertano, che si percepisce già come parte di un altro mondo. Analogamente a quanto avvenuto nella maggior parte delle zone rurali dell'Appennino, l'ossatura della penisola italiana, l'Alto Casertano ha assistito per decenni all'esodo della popolazione, "scesa" verso lungo la costa o emigrata all'estero.

"Ma le cose cambiano, non esiste più la 'terra promessa' e il nostro territorio sta ritrovando una propria attrattiva; costruire su questo cambiamento è l'essenza stessa della nostra azione".

Queste parole sono di Pietro Andrea Cappella, consigliere delegato e direttore del gruppo di azione locale (GAL). L'Alto Casertano fruisce di un programma LEADER dal 1992, ma mentre LEADER I comprendeva sia la valle sia i territori di una certa altitudine, LEADER II si è incentrato su questi ultimi, 17 comuni associati in "Comunità montane", "per le quali è necessario un intervento prioritario a causa del loro isolamento e delle loro specifiche difficoltà", spiega Antonio Falessi, coordinatore per lo sviluppo rurale della Regione Campania. Conferire nuove attrattive a questi territori a lungo trascurati, crearvi attività e occupazione valorizzando le risorse agricole, artigianali, ambientali, culturali e turistiche sono i chiari obiettivi del GAL. E non si tratta di una semplice dichiarazione di buoni propositi: basta osservare i progetti LEADER attuati nella zona per sfa-



Si intraprende innanzi tutto "perché non c'è altra alternativa", per crearsi il proprio posto di lavoro che nemmeno la città è ormai in grado di offrire. Per i "neo imprenditori" dell'Alto Casertano, tuttavia, l'Iniziativa comunitaria per lo sviluppo rurale contribuisce a "rendere positiva" una scelta sovente difficile all'inizio. Questo è quello che emerge chiaramente dalle parole di Francesco Ventriglia, un elicottole che ha deciso di orientarsi, con un sostegno LEADER II di 58 000 ECU, verso la produzione di lumache surgelate: "Per noi, l'unica alternativa possibile è quella di essere imprenditori, ma LEADER ci semplifica le cose perché è uno dei pochi programmi esistenti che offre vantaggi diretti agli operatori."

Primo vantaggio per gli operatori: la formazione. "È una dimensione abbinata alla maggior parte dei progetti sostenuti. Soprattutto quando si tratta di garantire una maggiore professionalità ad un'attività esistente o di creare un'impresa", precisa Ercole De Cesare, presidente del GAL. Nel periodo marzo-ottobre 1998, venti futuri imprenditori hanno seguito un modulo di 360 ore in gestione aziendale organizzato dal gruppo di azione locale. Quattro di questi fruiranno di un finanziamento LEADER II nei seguenti settori di attività: allevamento di pollame all'aperto, elicottole, fabbricazione di vetro isolante, servizi turistici (organizzazione di escursioni con o senza guida ed attività incentrate sugli sport estremi).

"All'inizio eravamo molto scettici e LEADER ci ha spinto a compiere il grande passo. Ora siamo felicissimi di averlo fatto", raccontano Pasquale Monaco e la sua consorte Claudia Delle Femine. La madre di Claudia, che possedeva 10 ha di castagneti, si limitava a vendere le castagne. Un'attività che le consentiva di mantenersi, ma decisamente insufficiente per garantire il futuro della figlia e del genero decisi a rimanere in paese. Gli animatori del gruppo LEADER li hanno convinti ad orientarsi verso la trasformazione delle castagne.

Valorizzare la tradizione:
Tania Del Giudice, artista-ceramista



"Nuova Imprenditorialità"

Daniele e Giovanni Antonucci, che dirigono una gastronomia artigianale ampliata e ammodernata con il sostegno di LEADER (2 nuovi posti di lavoro), confermano che nella valle di Piedimonte Matese, ad esempio, stanno nascendo numerose imprese in vari settori di attività. Stessa constatazione presso altri promotori di progetto, che citano addirittura il caso di vari emigrati tornati dalla Svizzera o da altri Paesi per lavorare nella zona. È tuttavia d'obbligo un certo realismo: in una zona dove il tasso di disoccupazione supera ancora il 30%, la creazione di un'impresa non è necessariamente una decisione totalmente libera e, ancor meno, una scelta ideologica...

L'installazione di un laboratorio e di un forno ha richiesto una spesa di circa 26 000 Euro. Pasquale e Claudia vi hanno contribuito con 15 500 Euro, mentre LEADER ha stanziato la quota restante. Attualmente l'impresa produce castagne sciropate, crema di marroni e liquore di castagne, tutti prodotti nuovi per la regione, che vengono commercializzati in circa 150 gastronomie di tutta Italia. Il fatturato è passato dai 10 000 Euro del 1995 a 50 000 Euro nel 1998. "Oggi ci manteniamo con questa attività e intendiamo espanderci per poter esportare la nostra produzione. Abbiamo già alcune prospettive interessanti a Vienna, Londra e Copenaghen."

Ma sebbene il programma LEADER Alto Casertano ponga l'accento sulla "Nuova Imprenditorialità", la maggior parte dei progetti sostenuti verte sullo sviluppo e la diversificazione delle imprese esistenti. Con la conseguente creazione di impieghi dipendenti. Si calcola che LEADER I abbia creato 80 nuovi posti di lavoro o attività integrative e che LEADER II dovrebbe contribuire alla creazione di 42 impieghi, 36 dei quali a tempo pieno in 14 aziende.

Lavoro e salute

I sei fratelli Telaro rappresentano un buon esempio di questo Sud che comincia a rivelarsi vincente. Incentivati dalle misure agroambientali previste dalla Politica agricola comune, questi giovani viticoltori si orientano nel 1987 verso la viticoltura biologica, creando la cooperativa "Lavoro & Salute" alla quale sono oggi associati 13 produttori. Situata ai piedi del vulcano di Roccamonfina, l'azienda agricola dei fratelli Telaro (63 ha, di cui 35 ha di vigneti) comprendeva tre fabbricati tradizionali inutilizzati, che hanno attirato l'attenzione del gruppo di azione locale. "L'équipe del GAL ci ha detto:

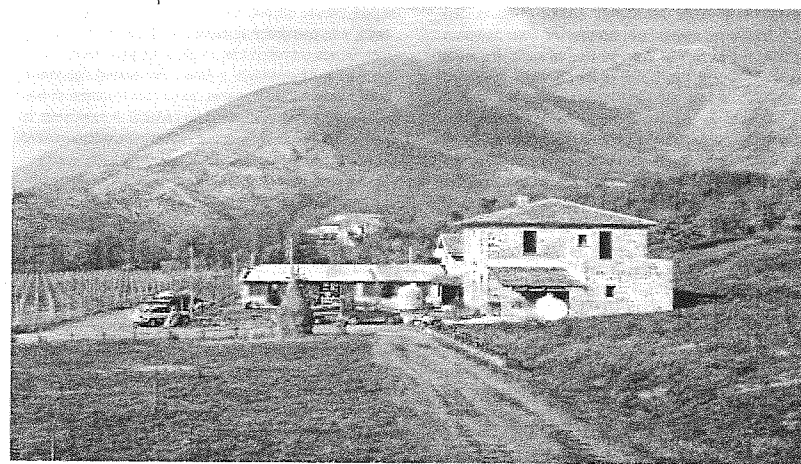
'avete tutto quello che serve per lanciarsi nell'agriturismo', ricorda Luigi Telaro, presidente della cooperativa. "L'idea era allettante, ma non così immediata: ad eccezione della Puglia, infatti, il turismo in azienda agricola è un fenomeno recente nel Mezzogiorno e non avevamo 'sotto mano' alcun modello... Dopo molte esitazioni ci siamo fatti convincere e, devo ammettere, siamo piacevolmente sorpresi."

E ne hanno ben d'onde: soltanto due anni dopo aver preso questa decisione, l'agriturismo ha generato nel 1998 un fatturato di 155 000 Euro, pari al 30% delle entrate di Lavoro & Salute. "Abbiamo anche osservato un incremento del 20% delle vendite del vino, poiché vi è una chiara sinergia tra le due attività", precisa Luigi, aggiungendo che il turismo ha permesso di creare 4 posti di lavoro a tempo pieno. L'investimento complessivo, essenzialmente destinato alle opere di restauro e di ristrutturazione dei tre fabbricati (24 posti letto), ammonta a circa 310 000 Euro, il 62% del quale è stato finanziato da LEADER. Il successo di questo processo di diversificazione ha spinto la cooperativa ad impegnarsi maggiormente nel settore turistico, allestendo anche un ristorante e un lago artificiale per la pesca sportiva. Lavoro & Salute ha in effetti compreso l'importanza di offrire agli ospiti attività di animazione, organizzando tutto l'anno manifestazioni ludico-sportive che hanno richiamato oltre 20 000 visitatori nel 1998: gare di pesca, torneo di calcio, raduno di ULM (aerei ultraleggeri a motore), ecc.

Consulenti volontari

"Il nostro successo ha spinto almeno altre due aziende agricole ad orientarsi verso l'agriturismo", afferma Luigi. "Sebbene la nostra esperienza rappresenti, in sé, un esempio, siamo sempre disponibili a fornire consulenza gra-

Lavoro & Salute: viticoltura biologica e agriturismo





Lidia Bevilacqua riceve alcuni clienti nella sua vetrina d'arte

tuita agli agricoltori che desiderano avviare un'attività turistica. Tutto sommato, siamo stati aiutati e adesso tocca a noi dare una mano agli altri..."

Al giornalista stupito di tanto altruismo Luigi spiega: "siamo ferventi sostenitori dell'ecologia e dell'agriturismo. Ad ogni modo, da un punto di vista puramente commerciale, non temiamo la concorrenza perché la domanda per questo tipo di turismo è ampiamente superiore all'offerta. A volte dobbiamo persino rifiutare i clienti... Una maggiore dinamica turistica nella regione non potrà che incrementare anche i nostri affari."

Vincenzo Marsella è un altro "fervido sostenitore dell'agricoltura biologica", ritornato in paese da Roma per dirigere l'azienda agricola di famiglia: 100 ha totalmente irrigati che permettono due raccolti l'anno di ortaggi biologici e di farro, una varietà rustica di grano. Nel 1995 Vincenzo chiede ed ottiene un finanziamento LEADER di 22 000 ECU per allestire un'unità destinata alla produzione di vari tipi di peperoni, melanzane, ecc. sott'olio. Due anni più tardi l'impresa comincia a fabbricare pane e biscotti di farro che commercializza soprattutto nei tre punti di vendita che essa stessa ha aperto nel 1998. "Casa Marsella" occupa attualmente 7 dipendenti, 5 dei quali a tempo pieno. L'impresa ha richiesto un finanziamento LEADER II per l'acquisto di apparecchiature che dovrebbero permettere di aumentare i quantitativi di farro trasformato. "LEADER mi ha dato un doppio aiuto", spiega Vincenzo: "agevolare il mio ritorno in paese e mostrare che un'azienda agricola può svilupparsi grazie a produzioni biologiche e tradizionali. In Italia si accetta difficilmente il fatto che un'azienda commercializzi direttamente i prodotti che noi trasformiamo. Alcuni hanno già seguito il nostro esempio: a Vairano e a Pietra Vairano due gruppi di donne si sono lanciati nello stesso tipo di attività."

"LEADER è una prima risposta a ciò che manca nel Sud, ossia i servizi di sostegno", fa notare Alberto Grillo, beneficiario di un finanziamento LEADER I che ha permesso alla sua tipografia di acquistare un plotter ad alto rendimento, creando così quattro nuovi posti di lavoro.

"Le imprese devono associarsi in modo più efficace per sostenersi reciprocamente e per far pressione sui poteri pubblici, sulle banche... Lo sapevate che i tassi di interesse sui prestiti concessi alle imprese del Mezzogiorno sono, in media, superiori del 5% rispetto al resto dell'Italia?"

Intelligenza collettiva

"LEADER apporta piuttosto uno stato d'animo e un metodo, non tanto un aiuto finanziario", sostiene Francesco Vespasiano, uno dei promotori di un'azione LEADER II di sensibilizzazione al patrimonio che ha suscitato la partecipazione di sei istituti scolastici della zona, ognuno dei quali ha "adottato" un monumento o un sito culturale da valorizzare. "Un imprenditore i soldi li può trovare altrove. Ciò che LEADER fornisce, innanzi tutto, è la possibilità di associarsi, è questo esercizio di intelligenza collettiva che, in un certo qual modo, il programma ci ha obbligato a fare... Per quanto riguarda il nostro progetto, ad esempio, sono state le azioni di animazione del GAL e la 'garanzia LEADER' a convincere le scuole, inizialmente restie, a partecipare all'operazione 'Adozione dei monumenti'."

In una zona ricca di attrattive, ancora scarsamente utilizzate, la valorizzazione dell'ambiente è un asse di intervento importante della strategia del gruppo LEADER. La vetta principale dell'Alto Casertano è il monte Miletto (2 050 m), ai piedi del quale si stende un'immensa conca formata dal lago Matese. Situato ad oltre 1 000 m sul livello del mare, il luogo, di una bellezza incontaminata, ricorda il Connemara in Irlanda o le Alte Terre scozzesi. Le autorità regionali prevedono di crearvi un parco naturale, ma il gruppo LEADER ha già deciso di installarvi un Centro di educazione ambientale che dovrebbe, tra le altre cose, assistere gli operatori socioeconomici locali - agricoltori, artigiani, operatori turistici - ad integrare nelle proprie prassi le problematiche ambientali. Attuata nel 1999, la struttura dovrebbe portare alla creazione di 5 posti di lavoro.



→ Lungi dall'essere isolato, il centro potrà beneficiare di una solida esperienza in sviluppo locale maturata nel territorio: parte dei terreni (346 ha) che circondano il lago Matese sono utilizzati dal 1982 dalla cooperativa "Falode" che alleva 200-250 mucche brune alpine nonché un migliaio di ovini, il cui latte viene interamente trasformato in formaggio. Costretti, volenti o nolenti, a dover convivere con un'affluenza permanente di escursionisti attratti dalla maestosità del luogo, i 20 soci della cooperativa hanno deciso nel 1992 di lanciarsi nel settore turistico, allestendo una pensione ed un rifugio di 4 camere. Nel 1994 LEADER ha permesso all'impresa di passare ad una velocità nettamente superiore: un aiuto di 200 000 ECU trasformerà il sito in un vero e proprio complesso ecoturistico con campeggio interamente attrezzato, nuove strutture ricettive (36 posti letto), un'area per picnic e la possibilità di praticare una vasta gamma di attività sportive: equitazione, mountain bike, alpinismo, deltaplano, tiro all'arco, ecc., creando 6 posti di lavoro a tempo parziale (durante il fine settimana, le vacanze e la stagione estiva). Ovviamente le infrastrutture, tutte in legno e pietra naturale, si inseriscono armoniosamente nel paesaggio circostante.

"A proposito di LEADER desidero sottolineare una cosa per noi importante", indica Marie Giuliano, responsabile del turismo presso la cooperativa: "il programma ha portato alla creazione di una 'Commissione regionale per l'iscrizione degli operatori agrituristici', che in un certo senso ha ufficializzato il turismo in azienda agricola. In precedenza, non esistevamo. Questo riconoscimento da parte delle autorità regionali semplifica lo svolgimento della nostra attività, limitando sostanzialmente le procedure burocratiche."

Burocrazia

Perché è proprio la burocrazia ad essere indicata, da tutti gli imprenditori e dai promotori di progetto, come il problema principale.

Bruno Finelli e Lidia Bevilacqua sono artisti vetrai. La loro impresa è strutturata in modo "tradizionale", con un laboratorio installato nel seminterrato della loro abitazione, perché, essi affermano, "come avviene sovente nel Mezzogiorno, nel comune non esiste una zona artigianale". Ma la questione è un'altra: "nel nostro settore, il vero problema sono le scarse qualifiche dei potenziali lavoratori e, soprattutto, la burocrazia."

Nel gennaio 1999 stavano ancora aspettando il versamento dell'ultima quota di 10 329 ECU concessa loro nell'ambito di LEADER I (!) per l'acquisto di un forno e di una sabbiatrice ad alta pressione. "Per fortuna avevamo fondi propri", spiega Bruno, "altrimenti non so cosa avremmo fatto... Comunque, LEADER è stato un efficace stimolo, l'elemento che ha fatto pendere il piatto della bilancia in favore del nuovo investimento."

"L'Italia, soprattutto nel Mezzogiorno, è una società altamente burocratica", ammette il coordinatore dello sviluppo rurale della Campania, Antonio Falessi. "Ma anche in questo campo LEADER ha innovato cominciando ad introdurre una maggiore flessibilità e modernità nelle prassi amministrative della Regione. Ma si tratta di un lavoro di lungo respiro ed è inevitabile che vi siano conflitti tra un'azione pilota, quale LEADER, e consuetudini amministrative talvolta paternalistiche... Personalmente credo che la definizione di obiettivi e scadenziari precisi possa contribuire ampiamente ad accelerare le procedure. È questo che ci sforziamo di fare con LEADER II."

Il gruppo di azione locale aveva approfittato della realizzazione di questo servizio per riunire nella propria sede una ventina di persone interessate da LEADER, tra cui numerosi promotori di progetto. Un'occasione per fare il punto della situazione, esprimere aspettative e difficoltà, avere uno scambio sulle prospettive di sviluppo dell'Alto Casertano. Uno di questi "esercizi di intelligenza collettiva", un "lavoro in rete" dal quale, in ogni caso, scaturiva una grande serenità generale, efficacemente sintetizzata da un'osservazione di Renato Delellis, responsabile de "Lo Scudo", un'associazione di artigiani d'arte che ha promosso un progetto LEADER II: "è la storia di questo territorio che mi rende ottimista. Un tempo vi erano centinaia di attività, in qualsiasi settore. Il Mezzogiorno è stato vittima di talune scelte politiche ed economiche del XX secolo. Ma sono sicuro che sia possibile ritrovare questo tradizione, questa 'Età d'Oro', grazie alla dinamicità degli imprenditori, abbinata a dispositivi di sostegno quali LEADER e... ad una minore burocrazia." <

LEADER ALTO-CASERTANO

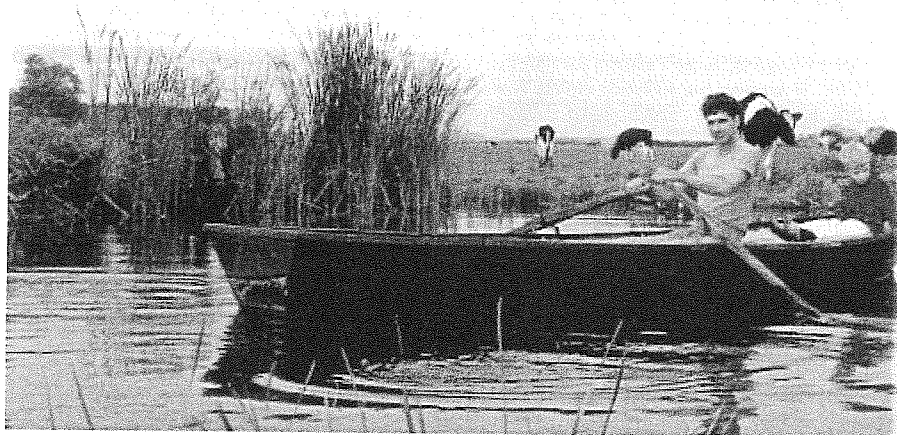
Superficie del territorio: 532,28 km²
Popolazione: 42 402 abitanti
Finanziamento LEADER II: 2 291 921 ECU
UE: 1 482 371 ECU - Altri fondi pubblici: 522 399 ECU
Settore privato: 287 150 ECU

GAL Alto Casertano
c/o Consorzio di Bonifica Afrano
Viale della Libertà, 75c
I-81016 Piedimonte Matese
Tel. +39 0823 785 869 - Fax: +39 0823 785 075
E-mail: galalto@matese.peoples.it
corsga@matese.peoples.it

La valorizzazione del patrimonio in Frisia

(Paesi Bassi)

A lungo esclusivamente agricola, e in modo intensivo, la Frisia si orienta oggi verso altre attività per assicurarsi un futuro sereno. L'identità, il ricco patrimonio di questa regione e la sua vicinanza ai grandi centri urbani lasciano intravedere ottime possibilità di sviluppo per il turismo culturale.

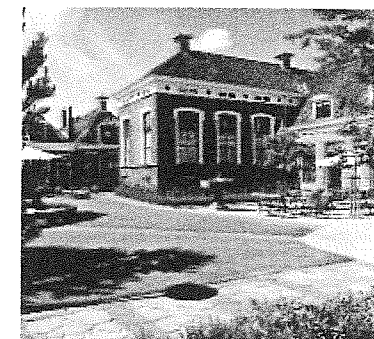


L'orchestra intona il gran finale. I 71 personaggi, attori e comparse, invadono l'enorme scena suddivisa in quattro piani che rappresenta un quartiere londinese del secolo scorso. I 700 spettatori applaudono con entusiasmo questi attori dilettanti di tutte le età che hanno appena regalato una magnifica interpretazione dell'adattamento musico-teatrale di "Oliver Twist" di Dickens (1). Siamo a Soho? A Broadway? Assolutamente no: ci troviamo a Jorwerd (240 abitanti), un paesino della Frisia che da 44 anni organizza ogni estate uno spettacolo ambizioso, in lingua frisone (2). "Gli 8 000 biglietti per gli 11 spettacoli previsti quest'anno sono andati a ruba in poche ore", annuncia con entusiasmo Jan Schotanus, che ha tradotto il testo in frisone. "Il successo di Jorwerd si è diffuso nell'intera regione e attualmente 9 villaggi hanno il proprio teatro estivo", precisa Pyt Vellinga, presidente dell'associazione culturale che gestisce la manifestazione. "Credo che l'organizzazione di uno spettacolo di questa portata possa funzionare in una grande città, ma anche in un paesino come il nostro, in cui il volontariato e la solidarietà rurale svolgono un ruolo essenziale. L'allestimento di uno spettacolo di questo genere rafforza i rapporti tra gli abitanti e ne arricchisce la vita culturale e sociale."

Una storia ricca di successi

Jorwerd è uno di quei paesi che sembrano essere stati toccati dalla grazia. Un paesino in cui, non si sa bene per quale motivo, anche il progetto più folle sembra votato al successo. Nel 1953, subito dopo essere stato ricostruito al termine della guerra, il campanile della chiesa crolla (!). Senza scoraggiarsi, gli abitanti decidono di organizzare uno spettacolo per raccogliere i fondi necessari ad una nuova ricostruzione. Il proprietario di un grande parco al centro del paese mette a disposizione la sua tenuta per la manifestazione. Una banca contribuisce finanziariamente al progetto. Tutta la popolazione vi partecipa attivamente. L'operazione si rivela un grande successo. Ripetuta ogni anno, la manifestazione continua ad aumentare di importanza: finanziata praticamente al 100%, la produzione del 1997 ha richiesto 100 000 ECU ed ha coinvolto 140 persone, la maggior parte delle quali volontarie.

E come se questo successo non bastasse, uno scrittore di Amsterdam ha recentemente conferito fama nazionale al villaggio pubblicando "Hoe God uit Jorwerd verdween" (Come Dio lasciò Jorwerd) (3), una cronaca della vita rurale contemporanea che ha riscosso un successo immediato nei Paesi Bassi. "La gente viene a Jorwerd da ogni parte dell'Olanda per vedere il famoso campanile, la scuola, la casa di questo o quel personaggio del libro...", fanno notare Klaas Bijleveld e Sijbe Roo-



Edificio storico ristrutturato
in unità abitative turistiche

sma, responsabili LEADER per la Provincia della Frisia. E aggiungono "il prossimo anno, la 45ª edizione della manifestazione coinciderà con il centesimo anniversario della nascita del poeta Jan Jacob Slauerhoff, originario del paese. Quando si parla di coincidenze...!"

Come l'architettura estremamente opulenta del villaggio, il dinamismo culturale di Jorwerd non deve però trarre in inganno e occultare i profondi problemi della Frisia rurale: a lungo modello di efficacia e produttività, anche l'agricoltura frisone è oggi confrontata a difficoltà dovute all'inquinamento del suolo e alle quote lattiero-casearie, nonché ad una rapida concentrazione delle aziende agricole. Fattori che hanno causato un sostanziale esodo dei giovani e un certo degrado dei servizi. "Dovevamo uscire da questa situazione di monoattività e sviluppare i settori non agricoli", afferma Klaas Toering, presidente della DBF (Dorp en Bedrijf Friesland), una rete di sostegno alla creazione e allo sviluppo di piccole imprese in ambito rurale. "Abbiamo individuato tre piste percorribili: i prodotti locali, il tempo libero e il turismo. Questi tre settori si fondano in larga misura sulla valorizzazione del patrimonio, sia esso culturale, architettonico, gastronomico o paesaggistico."

Cultura e turismo

Da una decina d'anni, la Frisia si è decisamente orientata verso lo sviluppo del turismo culturale, innanzi tutto sfruttando il patrimonio architettonico: dietro gli interminabili filari di pioppi e l'apparente monotonia dell'immensa pianura strappata al mare nel corso dei secoli, si celano piccoli tesori - chiese medioevali costruite su piccole colline, manieri e fattorie fortificate che risalgono all'Epoca d'oro dei Paesi Bassi, paesini dall'aspetto così prospero che la casa più modesta pare ad una villa gentilizia...

Nel 1986, le autorità provinciali hanno varato il programma "Monumento del mese" destinato a valorizzare, più volte l'anno per almeno un mese, un certo numero di edifici o siti. Parallelamente vengono organizzate manifestazioni culturali, un'attenzione particolare viene dedicata ai prodotti locali e una documentazione di qualità sul luogo in questione viene distribuita a livello regionale e/o nazionale. Dall'avvio del programma sono state realizzate 78 eventi di questo tipo.

Con il "Piano d'azione per la cultura e il turismo", elaborato dalla Provincia nel 1992, è iniziato un processo volto ad abbinare creazione di attività, turismo e promozione della cultura frisone nel suo complesso. Per agevolare l'attuazione del piano è stata creata una fondazione, "Kultuer en Toerisme yn Fryslân" (Cultura e turismo nella Frisia), che funge da punto di contatto tra le autorità regionali e locali, gli enti culturali e il settore turistico e per il tempo libero. La fondazione fornisce inoltre un'assi-

stenza tecnica a tutti gli operatori interessati dallo sviluppo di prodotti turistici culturali.

Con il sostegno di LEADER I (150 000 ECU), la fondazione ha avviato in particolare il progetto "stedslaozjeminten" nell'ambito del quale, in quattro delle "Undici città frisone" (si veda il riquadro), alcuni edifici abbandonati di interesse storico sono stati riconvertiti in unità abitative turistiche di lusso. Dopo aver acquistato questi edifici appartenenti ai Comuni ad un prezzo simbolico, la Fondazione ne coordina le opere di ristrutturazione e restauro, garantendo la supervisione dei lavori che vengono realizzati, nella misura del possibile, da imprenditori locali. Una volta restaurati, gli edifici rimangono di proprietà della Fondazione ma vengono affittati a operatori privati. Questo processo ha già permesso di riutilizzare e rilanciare edifici caratteristici in tre località, creando 35 posti di lavoro.



Il giro della Frisia

La "Elfstedentocht" ("Il Giro delle Undici città") rappresenta in un certo qual modo il "Giro d'Italia" della Frisia: una manifestazione sportiva e ricreativa che, quando può essere organizzata, attira migliaia di spettatori e partecipanti.

Perché il Giro delle Undici città frisone è una corsa in pattini sui canali gelati che può svolgersi soltanto durante gli inverni particolarmente rigidi, un fenomeno sempre più raro negli ultimi anni: il 4 gennaio 1997 si è tenuta la XV edizione della corsa, sebbene la manifestazione esista dal 1909. Si tratta della trasformazione in gara sportiva e manifestazione ludica di un modo di vita secolare: un tempo, i canali e i corsi d'acqua gelati rappresentavano in inverno facili vie di comunicazione tra le comunità frisone. Oggi, la "Tocht" è una prova di pattinaggio di 200 km, uno spunto per numerose occasioni di allegria e festeggiamenti nelle 11 "città" attraversate.

Queste ultime sono infatti le località frisone dotate di uno statuto urbano. Tuttavia, ad eccezione di Sneek e Leeuwarden, il capoluogo di provincia, le altre città contano una popolazione inferiore ai 20 000 abitanti e molte sono paesini di dimensioni assai modeste. Il percorso completo della Tocht copre il nord-ovest della provincia, che corrisponde approssimativamente al perimetro della zona LEADER.

Oltre alla natura propria della manifestazione, a cui partecipano sportivi di alto livello (300 concorrenti nel 1997), amanti del pattinaggio (16 000 iscritti), spettatori e associazioni socioculturali di qualsiasi genere, l'originalità

della Tocht risiede nella sua organizzazione: quest'ultima, infatti, non può che essere in larga misura improvvisata poiché nella maggior parte dei casi è possibile sapere soltanto all'ultimo minuto se le condizioni meteorologiche permetteranno lo svolgimento della corsa.

In questo caso, un complesso dispositivo deve essere attuato rapidamente (meno di 48 ore per l'edizione del 1997) per poter accogliere e divertire le centinaia di migliaia di visitatori che, avvertiti dai mass-media, si riversano nella Frisia nelle ore che seguono. Per tale motivo, è necessaria una mobilitazione intensa e spontanea della popolazione locale.

La partecipazione degli abitanti è tale che il miracolo si ripete ogni volta: non soltanto non è mai stato segnalato alcun incidente grave, ma la manifestazione si trasforma sempre in una massiccia e gradevole festa popolare.

Il successo della manifestazione e la sua copertura sui media hanno fatto del Giro delle Undici città una vera e propria "locomotiva" turistica per il nord-ovest della Frisia: i canali del circuito, in cui navigano numerose imbarcazioni da diporto, sono costeggiati da piste ciclabili e da sentieri per escursioni a piedi. Ogni estate vengono organizzate diverse imitazioni più o meno riuscite dell'evento: vi sono "Elfstedentochten" in pattini a rotelle, ma anche per piccioni viaggiatori o persino per le Fiat 500!

"Frisia, regione delle Undici città" è diventato un efficace slogan turistico e la manifestazione esercita un impatto estremamente positivo sull'insieme della zona LEADER: dopo ogni corsa si constata un sensibile aumento del numero di turisti, sempre più propensi a visitare paesi e siti relativamente distanti dal percorso. <



La collina di Hogebeintum è dotata di un ecomuseo cofinanziato da LEADER I

"La difficoltà principale non consiste tanto nel trovare i clienti", spiega Hieke Joustra coordinatore del progetto, "quanto piuttosto nel completare l'attrattiva delle unità abitative proposte abbinandovi attività di scoperta. Per tale ragione abbiamo elaborato 'pacchetti culturali', prodotti turistici comprensivi di sistemazione e ingresso ai siti, ai musei, alle manifestazioni ecc., anche durante la bassa stagione".

Collinette tipiche

Nel quadro di questa strategia e intorno alle "Undici città" che rappresentano l'elemento turistico federativo della regione, l'intervento LEADER consiste nel valorizzare un certo numero di poli culturali situati in aperta campagna. LEADER I ha partecipato, ad esempio, al finanziamento delle apparecchiature del centro di interpretazione di Hogebeintum, luogo in cui viene spiegata la storia delle "terpen" (collinette tipiche), montagnole artificiali che servivano da estrema protezione contro un mare un tempo scarsamente arginato. LEADER II ha investito 92 000 ECU nel progetto "Unia-Stata": invece di ricostruire con ingenti spese il castello completamente distrutto nel XVIII secolo, il paesino di Beers ha deciso di erigere una struttura metallica che rispetta le forme e le dimensioni reali dell'edificio originale, in un certo qual modo il suo "scheletro". Ancora in fase di realizzazione, l'opera sembra una gigantesca scultura con un affascinante effetto di contrasto. I dintorni del sito, anch'essi su una di queste collinette tipiche, sono attualmente in fase di restauro e il nuovo "torrione" in acciaio, che sarà ultimato nell'inverno 1997-1998, offrirà ai visitatori una vista impareggiabile della "plateland" frisone.

"L'intensità della vita sociale e associativa dei paesi rappresenta uno dei principali vantaggi su cui la Frisia rurale può contare per realizzare con successo il processo di ristrutturazione", sottolinea Jan van Weperen, coordinatore del gruppo LEADER Noordwest Friesland.

"Complessivamente, gli investimenti LEADER II direttamente stanziati per la valorizzazione del patrimonio ammontano ad oltre 1 milione di ECU, ma tali sforzi sarebbero vani senza la partecipazione di queste reti di aiuto reciproco, di queste associazioni culturali e sportive che costituiscono la forza e la ricchezza delle nostre comunità rurali."

(1) "Oliver!", creazione di Lionel Bart.

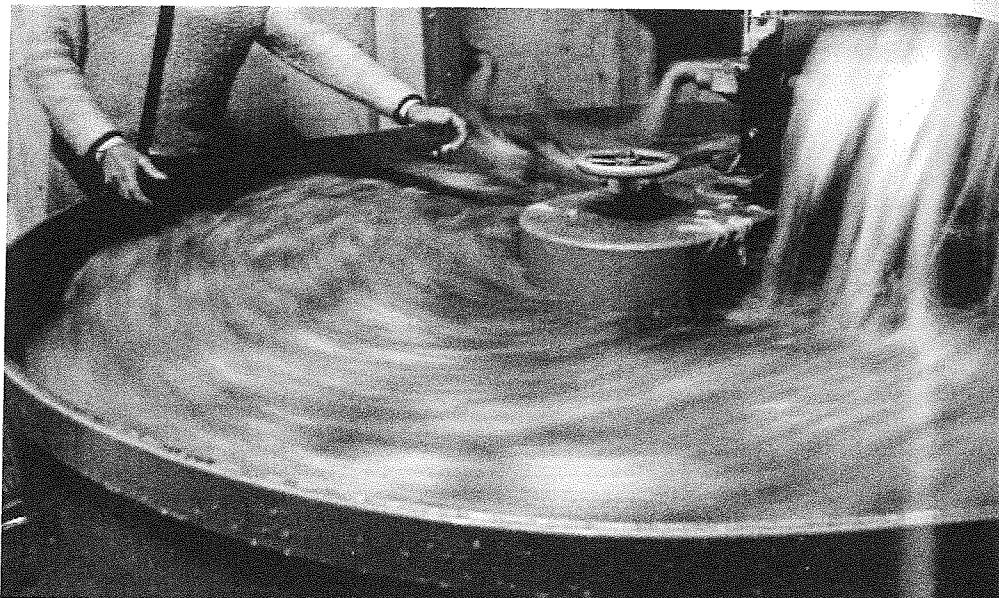
(2) Questa lingua appartenente al ceppo germanico occidentale, un misto tra inglese e olandese, è capita dal 94% degli abitanti della Provincia della Frisia, è parlata dal 73% e correntemente utilizzata dal 54% (dati ricavati da uno studio del 1984). In attesa di uno statuto ufficiale, la lingua frisone viene insegnata in numerosi istituti scolastici ed è riconosciuta sul piano amministrativo e giuridico a livello provinciale. Si tratta della principale lingua di comunicazione nella maggior parte delle zone rurali frisone.

(3) Geert Mak, "Hoe God uit Jorwerd verdeewen", 1996. Atlas van de Litteratuur, Postbus 13, AA Amsterdam. Il titolo fa riferimento al cambiamento di valori (in particolare alla diminuzione dell'influenza religiosa) osservata nelle zone rurali olandesi.

LEADER NOORDWEST FRIESLAND

Superficie del territorio: 518 km²
Popolazione: 76 880 abitanti
Finanziamento LEADER II: 14 089 900 ECU
UE: 2 612 489 ECU
Altri fondi pubblici: 5 843 772 ECU
Fondi privati: 5 633 640 ECU

LEADER II Friesland
Provincje Fryslân
Postbus 20120, NL-8900 Leeuwarden
Tel.: +31 58 292 52 89 - Fax: +31 58 292 56 32



Lavaggio della lana nell'alta valle del Möll

LEADER e l'agricoltura in Carinzia [Austria]

I settori di sviluppo del territorio

In questa regione alpina nella quale la grande maggioranza degli agricoltori svolge diverse attività, LEADER e gli altri strumenti di sostegno allo sviluppo rurale tendono a consolidare l'occupazione locale, il reddito e la qualità della vita. La strategia adottata – l'organizzazione di veri e propri "settori di sviluppo" a partire dai prodotti agricoli locali, tradizionali ma da molto tempo sfruttati in modo insufficiente – permette di infondere un nuovo dinamismo all'economia dei tre territori della Carinzia interessati dall'Iniziativa LEADER.

La zona LEADER Grossglockner-Oberes Mölltal, che si estende dalla "vetta dell'Austria" (3 798 m) al bacino inferiore del Möll, è uno di quei luoghi nei quali l'espressione "a monte e a valle" assume un doppio significato, sia geografico che economico. In questa alta valle dell'estremità occidentale della Carinzia, il gruppo di azione locale ha scelto di rivalutare una produzione tradizionale in declino: la lavorazione della lana. Sostituendo e completando un'azione avviata dal Parco nazio-

nale degli Alti Tauri, i programmi 5b e LEADER hanno permesso di organizzare un settore in cui i principali anelli della catena (produzione, trasformazione e commercializzazione) seguono letteralmente il corso del fiume: a monte, gli alpeggi e le pecore di circa 50 agricoltori interessati, nonché una moderna unità di lavaggio, cardatura e filatura della lana; al centro della valle, i tessitori e gli altri trasformatori di lana che lavorano a domicilio, spesso mogli di agricoltori; a valle, i punti

di vendita ed in particolare il negozio "Regionalverein Grossglockner", un'associazione di 150 operatori socio-economici della valle ed una boutique – "Mode & Design KM" – che crea e commercializza ogni tipo di capi d'abbigliamento unendo tradizione e modernità, in particolare un "jean della Carinzia", la versione locale rivenduta e corretta degli onnipresenti pantaloni americani.

"Dalla pecora alla calza di lana"

"Questa boutique rappresenta il nucleo del nostro progetto "Goldärmel" [] che consiste nel commercializzare capi in lana prodotti da artigiani e stilisti locali", spiega Maria Schmidl, che ripartisce le proprie attività professionali tra la segreteria locale di LEADER e la gestione del negozio dell'associazione Grossglockner, inaugurato nel 1995, situato all'entrata della valle. "Parallelamente al nostro "Percorso dell'Oro", possiamo ora parlare di un vero e proprio "Percorso della Lana", che si snoda lungo l'intera valle. Si tratta di una catena economica completa, che va dalla "pecora alla calza di lana". La lana è un settore promettente che interessa un numero sempre maggiore di consumatori, disposti a pagare un prezzo superiore per acquistare prodotti fatti a mano. In passato, questa lana veniva gettata, mentre ora costituisce la base di un'attività complementare che integra l'offerta turistica e che genera un certo valore aggiunto, dalla quale traggono profitto numerose coltivatrici della zona".*

Oltre al suo vasto assortimento di lane, il negozio permette di commercializzare circa 300 prodotti di fattoria e artigianali. L'associazione conta 140 soci e questo nuovo punto di vendita (3 posti di lavoro permanenti a tempo parziale) ha realizzato nel 1996 un fatturato di 70 000 ECU.

Il negozio dell'Associazione degli artigiani del Grossglockner



Georg e Elisabeth Fellner, una coppia di trentenni con due figli, formano una famiglia agricola particolarmente rappresentativa della valle. Poiché la loro azienda (una decina di ettari) non garantisce entrate sufficienti, Elisabeth si è dedicata alla tessitura di coperte in lana mentre Georg lavora durante la stagione invernale presso la stazione sciistica ed è membro del gruppo "Innovazione in agricoltura" istituito nel quadro di LEADER. *"Il nostro gruppo è costituito prevalentemente da persone dedite alla pluriattività, ma alcuni esercitano la loro seconda attività anche molto lontano, addirittura sino a Monaco di Baviera, ad oltre 200 km di distanza. Si tratta di pendolari settimanali, una situazione piuttosto scomoda... Cerchiamo pertanto di metterli in condizione di svolgere tutte le loro attività nella valle. A tal fine il nostro gruppo di lavoro ha scelto di privilegiare l'organizzazione in settore di prodotti trasformati nell'azienda agricola. La lana è il settore principale ma ci occupiamo anche di formaggi, carni e salumi. Il 20% degli agricoltori della Lana, che si snoda lungo l'intera valle. Si tratta di una catena economica completa, che va dalla "pecora alla calza di lana". La lana è un settore promettente che interessa un numero sempre maggiore di consumatori, disposti a pagare un prezzo superiore per acquistare prodotti fatti a mano. In passato, questa lana veniva gettata, mentre ora costituisce la base di un'attività complementare che integra l'offerta turistica e che genera un certo valore aggiunto, dalla quale traggono profitto numerose coltivatrici della zona".*

Il programma 5b e LEADER hanno permesso di creare un'unità collettiva di macellazione (ovini, suini e bovini) ad Heiligenblut, il villaggio più remoto, ed è prevista l'apertura di altre 4 unità in altrettante località. L'intera produzione agroalimentare, che viene realizzata con metodi biologici, è conforme ad una carta di qualità tutelata da un marchio. *"In linea generale, il programma 5b finanzia le apparecchiature e LEADER, che inizia a subentrare in questo campo, garantisce le attività di accompagnamento dei progetti: studi, attività promozionali, commercializzazione ecc.",* puntualizza Christian Kropfisch, direttore del KIR, l'Istituto della Carinzia per la Pianificazione territoriale, lo Sviluppo locale e la Tutela della natura (si veda il riquadro).

Innescare il processo di sviluppo

Con circa un terzo dei fondi già impegnati (giugno 1997), la Carinzia è la regione austriaca più avanzata per quanto riguarda l'attuazione di LEADER II. Nel quadro del suo programma, la zona Grossglockner-Oberes Mölltal vanta il maggior numero di progetti in corso. *"Il nord del territorio trae vantaggio dalla presenza del più antico Parco nazionale austriaco, creato nel 1981, nel quale da molto tempo vengono intraprese azioni di sviluppo rurale",* spiega Kurt Rakobitsch, coordinatore LEADER per il Land. *"Integrando i progetti 5b e LEADER nelle iniziative già avviate dal Parco per la parte più alta della valle, possiamo risparmiare tempo, aumentare l'efficacia del nostro intervento, garantire una certa visibilità e, così facendo, innescare il processo di sviluppo locale, non solo nella valle ma anche nelle altre due zone LEADER della Carinzia."*



Api carniche

Nella Rosental ("Valle delle Rose"), lungo la Drava, si ritrova questa stessa impostazione settoriale che consente di abbinare identità, cultura e immagine del territorio, rispetto dell'ambiente, attività agricola, turismo, entrate integrative e persino impieghi a tempo pieno per gli abitanti.

Il prodotto federativo della zona è l'ape carnica, una varietà locale molto produttiva, che tra il 1850 ed il 1930 veniva massicciamente esportata dalla regione un po' ovunque nel mondo. Successivamente, l'apicoltura ha subito un declino ma ancora oggi la regione produce il 35% del miele austriaco. Vi sono circa 200 apicoltori, la maggior parte dei quali riuniti in un'organizzazione di categoria con la quale, tra gli altri, il gruppo d'azione locale ha elaborato una strategia strutturata intorno a due tipi di intervento: il raggruppamento degli otto Comuni per la promozione dell'immagine della valle (utilizzo generalizzato del nome "Carnica Rosental", di un logotipo raffigurante l'ape carnica ecc.) e lo sviluppo di un settore apicolo integrato.

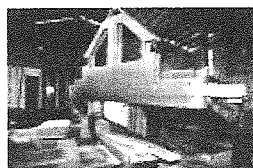
Ernst Fuchs, responsabile della sezione "Apicoltura" all'interno del GAL e vera e propria enciclopedia vivente sulle api, è una fonte inesauribile sull'approccio intrapreso: "Il processo di dinamizzazione del settore apicolo si articola intorno a tre principali orientamenti, tutti cofinanziati da LEADER: l'allevamento delle api regine per ottenere nuovamente una razza carnica pura (verrà prossimamente costruito un laboratorio); una maggiore professionalità dei produttori, anche se si tratta di apicoltori

Sviluppo "regionale"

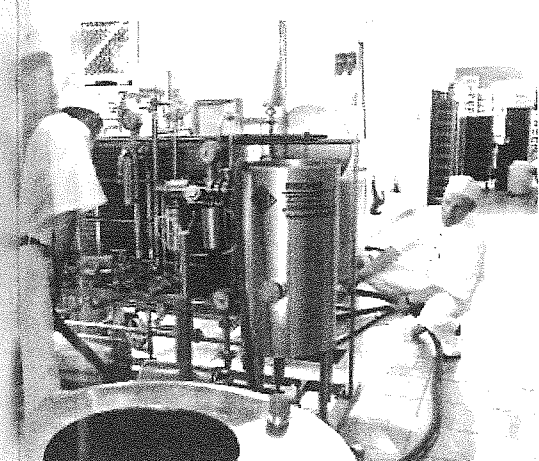
Il Land della Carinzia sembra avere trovato il giusto equilibrio tra i vincoli "discendenti" della gestione e l'approccio "ascendente" in materia di sviluppo.

In Carinzia, come in altre zone dell'Austria, lo sviluppo rurale integrato basato sull'approccio territoriale ("Regionalentwicklung") e sull'iniziativa locale non è nuovo ma si avvale di un'esperienza che risale alla fine degli anni '70 (si veda LEADER Magazine n. 11). Traendo il dovuto insegnamento dalle difficoltà incontrate alcuni anni or sono nel quadro di un programma di sostegno al turismo rurale, le autorità del Land della Carinzia sembrano aver trovato un giusto equilibrio tra i vincoli "discendenti" di qualsiasi gestione responsabile ed oculata dei fondi pubblici e l'approccio "ascendente" in materia di sviluppo che tiene conto delle aspirazioni della popolazione e che consente di avviare iniziative locali. Il Dipartimento per la Pianificazione territoriale del Land coordina i diversi programmi regionali, nazionali ed europei di sviluppo locale ma l'assistenza tecnica ai progetti viene

garantita da una struttura autonoma, l'Istituto della Carinzia per la Pianificazione territoriale, lo Sviluppo locale e la Tutela della natura" (KIR), costituito nel giugno del 1996. Ciascuno dei tre gruppi di azione locale della Carinzia è un'associazione informale di privati, associazioni e istituzioni locali (Comuni, Parco naturale ecc.) interessati dallo sviluppo che gode di un'ampia autonomia per quanto riguarda la scelta e l'attuazione di iniziative, a condizione di rispettare i parametri operativi e finanziari precedentemente definiti nel quadro del programma LEADER regionale. Ogni GAL è strutturato in diversi "gruppi d'innovazione" tematici (agricoltura, apicoltura, turismo, artigianato ecc.). Questi gruppi di lavoro e di riflessione hanno il compito di animare lo sviluppo locale nell'ambito di LEADER ma anche di altri programmi comunitari (5b, INTERREG ecc.); mobilitazione



della popolazione e degli operatori locali, individuazione dei potenziali promotori di progetto ecc. Questo tipo di organizzazione spiega in gran parte la dimensione fortemente collettiva delle azioni intraprese in Carinzia: settori agricoli e attività intersettoriali, infrastrutture turistiche ecc. Il collegamento tra i gruppi di azione locale e le autorità del Land è garantito in ogni zona da un responsabile LEADER ("LEADER Betreter") incaricato di coordinare l'attuazione delle azioni già approvate, preparare la documentazione e le pratiche relative ai progetti futuri e sostenere questi ultimi di fronte all'amministrazione del Land.



La cooperativa Sonnenalm rifornisce in prodotti caseari le scuole della Norische Region

a tempo parziale; lo sviluppo e la commercializzazione di prodotti innovativi derivati dal miele. Il tutto dovrà essere accompagnato da una riscoperta dell'ape come depositaria del patrimonio naturale e culturale."

L'emblema dell'intero settore di attività è rappresentato dal Museo del Miele di Ferlach, inaugurato nel 1995 e situato anch'esso all'entrata della valle. Oltre a tutto ciò che riguarda l'apicoltura e la storia di questa attività, in esso si può scoprire l'intera gamma dei nuovi prodotti già in commercio: miele biologico, ovviamente cera e propoli, ma anche salame, muesli, liquore a base di miele, birra speciale al miele prodotta da una grande fabbrica di Klagenfurt (che destina una percentuale delle sue entrate alla ricerca apicola), nonché un nuovo tipo di arnia più produttiva. Nel settembre 1996, 20 apicoltori hanno creato una centrale di vendita e sono attualmente impegnati nella realizzazione di un marchio.

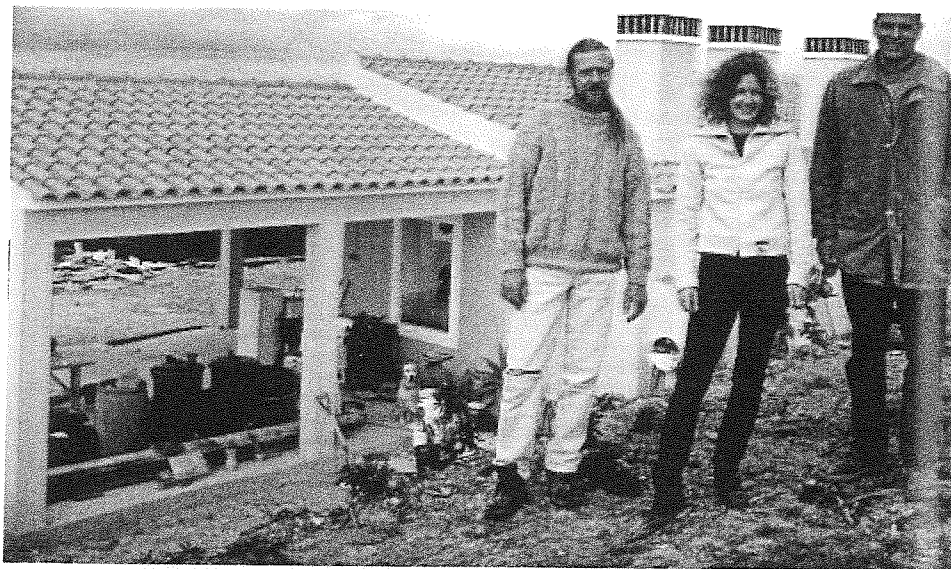
L'Arca di Noè

Già evocata in parte nel caso dell'ape carnica, la reintroduzione di specie animali locali pressoché estinte costituisce un'altra dimensione di spicco della strategia di sviluppo delle tre zone LEADER della Carinzia. Più a sud, ai piedi della catena delle Caravanche (2000m), lungo il confine con la Slovenia, Friedhelm Jabinschek e la sua associazione "Alpen-Adria" (60 soci apicoltori) hanno recentemente reintrodotta la "pecora dagli occhiali", un'antica razza ovina diffusa nel sud dell'Austria, in Slovenia ed in Friuli. Praticamente estinto alla fine della seconda guerra mondiale, il patrimonio ovino conta attualmente 400 capi. La saporita carne di questa specie ovina, unica pecora con denominazione di origine austriaca, inizia ad essere commercializzata, in particolare in 10 ristoranti della Carinzia. "Vi è una forte domanda", constata Friedhelm, la nostra campagna pubblicitaria ha in effetti superato le nostre capacità di vendita." Friedl crede innanzitutto all'impegno del settore

privato: le attività promozionali del prodotto sono interamente finanziate dall'associazione Alpen-Adria; orologi, magliette, ombrelli ecc. raffiguranti la preziosa pecora vengono venduti nel corso di fiere e altre iniziative organizzate dall'associazione durante l'anno, come pure lungo un Percorso della transumanza, che verrà presto indicato da cartelli e segnaletica. "Il nostro obiettivo è quello di raggiungere l'autofinanziamento totale entro i prossimi tre anni, sopravvivere ad esempio ai due programmi che ci hanno dato la spinta iniziale, LEADER e INTERREG. Il primo ci ha permesso di avvicinarci al mercato finanziando l'assistenza tecnica necessaria, mentre il secondo ci aiuta a individuare ed a organizzare gli allevatori in Slovenia." "Gli aiuti comunitari ci hanno permesso di rivalorizzare produzioni agricole che non possono essere delocalizzate, come le razze locali tradizionali, un'azione che non sarebbe stata possibile prima dell'adesione dell'Austria all'Unione europea", afferma Raphaël Pliemtscher, responsabile dell'associazione degli allevatori di bestiame di razza bionda a cui sono affiliati 60 agricoltori della zona LEADER Norische Region da cui proviene questa razza rustica. Questi ultimi hanno riconvertito una parte del loro allevamento verso quella che un tempo veniva considerata la "migliore razza bovina dell'Impero austro-ungarico". Anche in questo caso si tratta di un settore di attività completo perché all'operazione partecipano allevatori, macellai, gestori di ristoranti, operatori turistici e popolazione locale, in quanto la promozione di questa razza "a pelame biondo" passa attraverso l'organizzazione delle feste di paese. In tedesco, sviluppo locale si dice "sviluppo regionale": in Austria come in Germania, una "Regione", ovvero l'unità territoriale di riferimento per le azioni di sviluppo rurale, è in realtà un bacino di utenza che corrisponde nella maggior parte dei casi ad una valle o ad un insieme di valli storicamente caratterizzate da un'unità culturale, economica e sociale. I settori di attività messi in atto in Carinzia rendono più dinamica questa identità e, come afferma Barbara Klemens, responsabile LEADER della Norische Region, "sostituiscono gli agricoltori al centro della sviluppo rurale". <

[*] "Maniche d'oro", un gioco di parole che fa riferimento alla qualità artigianale della confezione e ad un'antica attività di questo regione che possiede un giacimento aurifero attualmente non sfruttato. L'oro costituisce un'immagine federativa per il turismo di questo territorio: il "Percorso dell'Oro" è una rete di sentieri per escursioni che percorrono la Grossglockner-Oberes Mülltal.

LEADER: KÄRNTEN	
Superficie del territorio:	1 586 km ²
(Grossglockner-Oberes Mülltal: 596 km ² ;	
Carnica Rosental: 467 km ² ; Norische Region: 523 km ²)	
Popolazione:	45 928 abitanti
(Grossglockner-Oberes Mülltal: 8 577 abitanti;	
Carnica Rosental: 22 475 abitanti; Norische Region: 14 876 abitanti)	
Finanziamento LEADER II:	8 400 000 ECU
UE: 2 900 000 ECU - Altri fondi pubblici:	2 900 000 ECU
Fondi privati:	2 600 000 ECU
LEADER II Geschäftsstelle Kärnten	
Amt der Kärntner Landesregierung - Abteilung 20 Landesplanung,	
Sachgebiet Orts- und Regionalentwicklung	
Wulfengasse 13, A-9020 Klagenfurt	
Tel.: +43 463 536 32062 - Fax: +43 463 536 32007	
E-mail: ak120.eu@onfline.edug.co.at	



Portoghesi di città, tedeschi, britannici, francesi, olandesi, svizzeri...
quando i sogni e i progetti diventano realtà

Generazione neo-rurale

Con il rapido processo di terziarizzazione dell'economia, i territori rurali portoghesi non sono più in grado di mantenere nella zona i giovani. Questi ultimi preferiscono la città al paese natale, il lavoro dipendente nel settore terziario alla gestione di un'azienda agricola o ad un'attività artigianale in proprio. In contrasto con questa tendenza, una vasta categoria di persone, un tempo residenti nelle città del Portogallo, e soprattutto dell'Europa settentrionale, trovano il loro "posto al sole" nell'entroterra di alcune regioni, dando vita ad una vera e propria "generazione neo-rurale". Incontro con gli imprenditori (neo-)rurali delle zone LEADER Entre Lousã e Zêzere (Centro) e Sudoeste (Algarve/Alentejo).

"Non possiamo mai lasciare il paese incustodito a causa del vandalismo", si lamenta Kerstin Thomas. Con il marito e i due figli di otto e quattro anni, Kerstin è l'unica abitante di Cerdeira, uno sperduto villaggio al fondo di una stradina non asfaltata, sulle alture della Serra de Lousã, al centro del Portogallo. "Studiavamo portoghese a Coimbra quando abbiamo scoperto questo villaggio abbandonato e abbiamo deciso di stabilirci qui.

Abbiamo potuto acquistare quattro case." Originaria della regione di Kassel, in Germania, questa coppia desiderava vivere a contatto con la natura, "lavorare in casa, godersi la vita, senza più correre... Qui non ho la sensazione di "mollare" i bambini a scuola per non arrivare in ritardo al lavoro". Kerstin e suo marito si dedicano soprattutto alla scultura del legno, ma affittano anche alcune camere quasi tutti i fine settimana. Quando si sono trasferiti in



Sabine e José de Sousa (a destra) davanti al loro nuovo laboratorio. Lei è tedesca, lui è portoghese ed il loro assistente, Edward Beaumont (a sinistra), è inglese

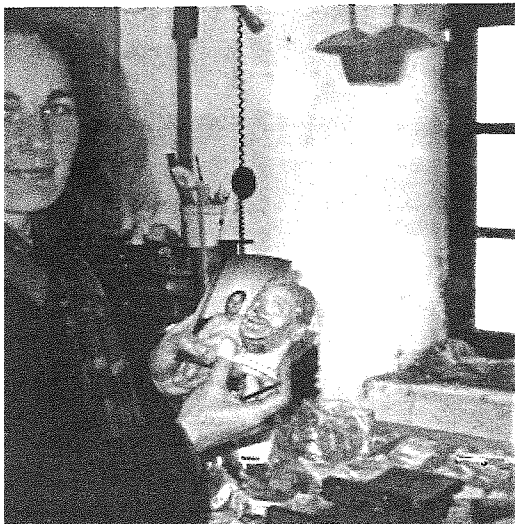
Portogallo, nel 1986, non hanno fruito di alcuna sovvenzione, ma qualche anno più tardi il Centro giovanile, incoraggiato dal comune dal quale dipende Cerdeira, ha pulito gratuitamente le vie di accesso ed i vicoli del villaggio. Da allora molte delle abitazioni sono state riacquistate da abitanti di Coimbra o di Lisbona e trasformate in seconde case. Oggi Cerdeira e gli altri piccoli centri della regione, un tempo abbandonati, sono quasi diventati dei luoghi di villeggiatura "chic", famosi in tutto il Portogallo.

Il credito

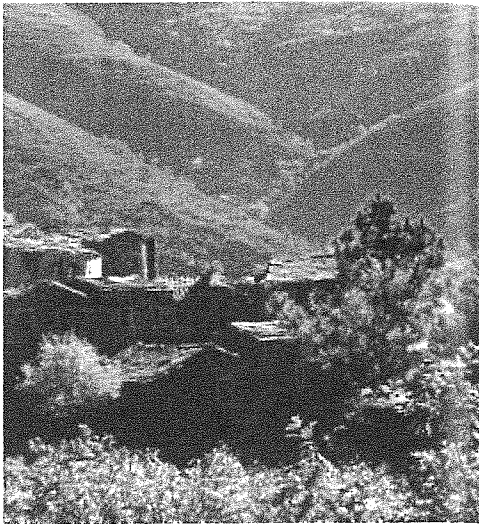
Da quando è entrato nella zona euro, il Portogallo si è inserito definitivamente nella società consumistica. *"Dopo essere stata a lungo molto informale, l'economia rurale si è doppiamente monetarizzata; oggi la gente ha scoperto il credito a oltranza..."*, spiega Andreas Apitz, originario di Amburgo trasferitosi nella Serra nel 1987. *"Bisogna pur pagare le cambiali del grande fuoristrada comprato a rate... Allora si cerca un lavoro dipendente, relativamente ben retribuito, che qui non si trova."* Andreas e Iris Apitz hanno selezionato la Serra de Lousã in modo quasi scientifico: *"Abbiamo scelto il Portogallo perché ritenevamo che fosse il paese del sud più aperto agli stranieri. Successivamente, abbiamo suddiviso a scacchiera una cartina del Portogallo e abbiamo optato per il centro geografico del Paese. L'Algarve ci sembrava troppo caldo, il Nord troppo piovoso... Questo posto ci è*

sembrato l'ideale e, di fatto, viviamo tra belle montagne coperte di boschi, non lontano da un mare freddo, quindi poco turistico, con venti dominanti provenienti da ovest che ci proteggono dall'inquinamento atmosferico." Dopo dodici anni, la realtà è all'altezza delle aspettative? *"In linea di massima sì"*, risponde Andreas, *"si può certo lamentare una mancanza di coscienza ambientale, soprattutto per quanto riguarda lo smaltimento dei rifiuti, un'amministrazione molto burocratica ed un certo disprezzo della gente per la storia recente del luogo, associata alla penuria di mezzi, se non addirittura alla povertà. Comunque sia, il Portogallo cresce secondo il proprio ritmo, come hanno fatto i Paesi più ricchi. Non vedo l'ora di uscire da questa fase un po' assurda, in cui il consumo sembra essere l'unica preoccupazione..."*

Come Kerstin, anche Andreas è uno di quegli abitanti del Nord Europa segnati dagli anni 60-70, i quali hanno scelto il Portogallo per un ideale culturale (una società rurale "autentica"), politico (la Rivoluzione dei Garofani del 1974) o socioeconomico. Manfred Markl, 45 anni, proviene dall'ambiente "alternativo" di Norimberga: *"tra il 1974 ed il 1981 formavamo una comunità autonoma composta da varie centinaia di persone nel centro della città. Io lavoravo in un'autofficina... poi i promotori immobiliari hanno invaso il quartiere e abbiamo dovuto cercare un altro posto dove vivere. Avevo voglia di andare in campagna, ma non era certo possibile rimanere in Germania perché lì la terra è carissima. In Francia e in Spagna era praticamente la stessa cosa... Allora, in fondo all'Europa, rimaneva solo il Portogallo."* Nel 1984 egli acquista un'azienda agricola di 1,5 ha a Pedrogão Grande e segue un corso di formazione nel settore della produzione casearia. *"Ho imparato molto anche lavorando con la gente: all'epoca tutto il paese viveva ancora di agricoltura."* Ma gli anni passano e Manfred è oggi l'unico agricoltore rimasto in paese. Con le sue 60 capre è anche l'unico casaro di tutta la zona LEADER. *"Non esiste alcuna tradizione casearia nella Serra"*, spiega Maria Marques, direttrice del GAL Entre Lousã e Zêzere, *"l'attività di Markl è un'innovazione che bisognava sostenere a tutti i costi"*. Risultato: LEADER dovrebbe finanziare prossimamente il 65% dei 30 000 EUR necessari a Manfred per costruire ed attrezzare un piccolo caseificio che assicuri un miglior rendimento. *"I progetti da noi sostenuti sono per lo più di tipo collettivo"*, puntualizza Ana Souto, agente di sviluppo. *"Nella Serra vi sono molti neo-rurali, ma per noi non costituiscono una categoria particolare, né tantomeno un gruppo da privilegiare. Molto spesso si integrano discretamente nella società locale e nelle reti socio-professionali del territorio. Molti di loro sono artigiani, ad esempio, ed in tale veste potranno eventualmente partecipare ad un'azione LEADER"*.



Tra le varie forme di scultura, Kerstin Thomas realizza caricature su legno ispirandosi alle foto che le inviano i suoi clienti



Gli innovatori

Lasciamo la Serra de Lousã per trasferirci nella Serra de Monchique, 400 km più a sud, alla frontiera tra l'Algarve e l'Alentejo. "In linea di massima qui risiedono due tipi di stranieri", riassume Gordon Silience, sociologo inglese giunto in Portogallo una decina di anni or sono e co-fondatore dell'Istituto portoghese di Ecologia (INPECO) nel 1996. "Oltre al gruppo dei pensionati, tipico delle regioni soleggiate, vi sono gli imprenditori: contrariamente a quanto avviene di frequente nel Galles o in Irlanda, coloro che si trasferiscono qui non sono necessariamente degli emarginati che fuggono dal sistema urbano a tutti i costi. Sovente, più per temperamento che per necessità, si tratta di imprenditori che ritenevano il proprio Paese d'origine inadeguato alla realizzazione del loro progetto. Quasi sempre innovatori, essi costituiscono una straordinaria risorsa per lo sviluppo locale, risorsa che in molti casi, purtroppo, non è sfruttata in modo adeguato...".

"Non sono d'accordo con quest'ultima osservazione", replica Carlos Albano, agente di sviluppo LEADER nella Serra de Monchique. E spiega: "qui i primissimi promotori di progetto LEADER, nel 1997, erano stranieri: tu, Gordon, per la produzione di una guida topografica della zona e Amanda Twhig, irlandese, la quale ha fruito di un finanziamento di 13 000 EUR per la sua azienda di marmellate biologiche".

"Non abbiamo alcuna strategia specificatamente rivolta ai nuovi residenti; abbiamo semplicemente una strategia, ma si dà il caso che lavoriamo per lo più con nuovi residenti", insiste Pedro Dornellas, coordinatore dell'associazione di sviluppo "Vicentina" che gestisce il programma LEADER Sudoeste. "Buona parte degli abitanti di questa regione del Portogallo viene da fuori: io stesso e diversi colleghi siamo cresciuti in Mozambico, il presidente del-

l'associazione, Joaquim Marreiros, ha sposato un'olandese ecc. Pertanto, matematicamente, numerosi promotori di progetto sono stranieri. Tanto più che nella maggior parte dei casi essi riprendono attività che i portoghesi non desiderano più svolgere e che rientrano, per l'appunto, nei settori che sosteniamo: l'agricoltura e l'artigianato...".

L'associazione Vicentina/LEADER Sudoeste interviene nella zona occidentale dell'Algarve, dalla parte del capo di S. Vicente, all'estremità sud-occidentale dell'Europa. A nord di una stretta frangia costiera iperturistica (4 milioni di visitatori all'anno), letteralmente "invasa dal cemento" da Lagos a Faro, si estende fino alla Serra de Monchique e alle altre montagne che costituiscono la frontiera tra l'Algarve e l'Alentejo una terra con pochissimi abitanti (in talune zone si registra una densità di soli 6 abitanti/km²). Oggi questa terra sarebbe deserta se non vi fossero i "neo-rurali".

I vicini

"Un'anziana signora mi ha detto: 'non m'importa di che nazionalità sono i miei vicini, basta che io abbia dei vicini'", racconta Fernanda Silva, responsabile LEADER, "la costa ha 'risucchiato' tutti i giovani di questo territorio...". E cita come esempio il comune di Barão de São João, dove le giovani famiglie sono quasi tutte inglesi, tedesche, olandesi o svizzere e nella scuola elementare vi sono 19 bambini stranieri e soltanto 3 bambini portoghesi. "La presenza degli stranieri ha consentito di mantenere in attività la scuola, l'ufficio postale, numerosi bar e cinque drogherie, una delle quali offre una gamma di prodotti biologici più ampia di quella di Lisbona", puntualizza Fernanda.

Niels Rump e Marielle Demenga (36 anni) fanno parte delle "forze attive" di Barão de São João. Originari di

Ginevra, essi hanno lavorato nel Terzo Mondo per alcune organizzazioni di sviluppo prima di stabilirsi in Portogallo nel 1989, acquistando 4 ha di terra in una zona sperdutissima. Per vivere, questi due agrobiologi hanno deciso di lanciarsi nell'agricoltura... "biologica, naturalmente! Per noi un'altra forma di agricoltura era impensabile". La composizione di una "ratatouille natalizia" è il filo conduttore che li guida nell'elaborazione della loro gamma di prodotti e nella ricerca della loro nicchia di mercato: "pomodori, cipolle, zucchine, melanzane, peperoni, fagioli... tutta la frutta e la verdura che qui giunge a maturazione quando in Francia la stagione finisce", spiega Niels. Nel 1992 un aiuto europeo consente loro di sostituire i piccoli tunnel con grandi serre. Così, un po' contro voglia, essi sono costretti ad accelerare i ritmi: "un ettaro di serre è molto. Avremmo preferito un progetto più piccolo, crescere secondo i nostri ritmi, ma la sovvenzione era da prendere o lasciare...". Per quanto riguarda LEADER, l'iniziativa comunitaria ha sovvenzionato la metà dei 17 500 EUR necessari all'acquisto di una macchina per pulire e calibrare la frutta e gli ortaggi. Oltre a Niels e Marielle, l'azienda dà lavoro ad altre quattro persone. Soltanto l'1% della produzione viene venduto sul mercato locale (nel settore turistico dell'Algarve non vi è una forte domanda di prodotti biologici), mentre il 60% viene esportato nel Regno Unito e in Germania ed il 39% viene venduto nei vari ipermercati portoghesi. Per negoziare meglio i prezzi con le centrali di acquisto, Niels ha contribuito nel 1995 a fondare "Urze" ("La brughiera"), un consorzio di 22 produttori biologici presenti sull'intero territorio nazionale.

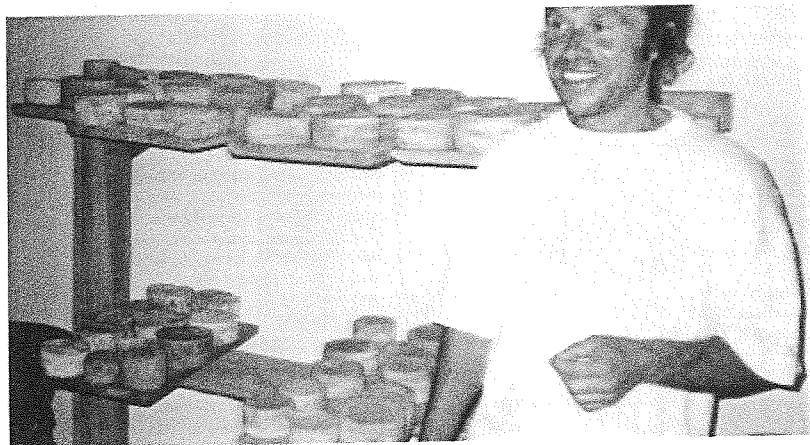
"DistribIO"

Alcuni anni or sono, Eric Balans (francese) e sua moglie Alexandra (nata in Mozambico) hanno fondato la società "DistribIO" che consegna a domicilio, una volta la settimana, cestini di prodotti biologici ad una cinquantina di clienti situati in un raggio di 200 km. "Per mettere a punto la formula", spiega Eric, "ci siamo ispirati ad un'esperienza di inserimento dei disoccupati realizzata in Francia, nella zona del Trièves. Il giro di consegna richiede all'incirca tre giorni e mezzo. Ogni cestino contiene 8-10 prodotti diversi. La loro composizione varia a seconda della stagione; i clienti, 50% portoghesi e 50% stranieri, non sanno mai esattamente che cosa riceveranno". DistribIO, che ha fruito di un cofinanziamento LEADER per l'acquisto di un'unità di imballaggio, si rifornisce anche da Niels e Marielle.

"Si sono create delle reti neo-rurali, soprattutto in funzione della lingua e del settore di attività", sottolinea Eric. La produzione biologica, l'ecologia e le energie alternative creano legami molto forti: Amanda Twhig, ad esempio, vende le sue marmellate biologiche anche nel negozio di prodotti naturali di Vera Diesselbrede a Aljezur. Il compagno di Vera, Franz Wagner, è lui stesso un imprenditore-innovatore della regione. Originario di Neuss, vicino a Düsseldorf, Franz apre un ristorante nell'Algarve nel 1979. Analogamente agli altri neo-rurali trasferiti a quell'epoca, egli si trova confrontato alla mancanza di energia elettrica. Obbligato a produrla da solo, scopre una passione per le energie alternative e crea, con due connazionali, la società "Sistemas de Energias Alternativas Portogallo Lda", oggi il numero uno in Portogallo per il montaggio e l'installazione di impianti solari ed eolici.

Alexandra e Eric Balans coltivano e distribuiscono una vasta gamma di prodotti biologici





Manfred Markl è l'unico casaro della zona LEADER Entre Lousa e Zêzere

"Registriamo una crescita annua del 20-30%", dichiara con orgoglio Franz. "Abbiamo 8 lavoratori fissi e 80 rivenditori in tutto il mondo. Il 60% dei nostri clienti è rappresentato da privati mentre il 40% sono collettività. Abbiamo partecipato a numerosi programmi europei - JOULE, THERMIE - e attualmente cooperiamo con l'Ecole des Mines di Parigi su un progetto COPERNICO nell'Uzbekistan".

I sistemi di Franz Wagner e gli enormi sforzi compiuti dal Portogallo, che alcuni anni or sono ha elettrificato gran parte delle campagne, hanno risolto il grande problema cui erano confrontati i nuovi residenti una decina di anni fa. Ma cosa dire dell'acqua, "senza la quale", ricorda Fernanda Silva, "non è possibile alcuno sviluppo rurale" e che talvolta manca, come hanno potuto constatare a loro spese José e Sabine Sousa?

Manodopera

José è un "africano" [*] del Mozambico; Sabine è invece originaria di Eutin, nello Schleswig-Holstein (Germania). Entrambi ceramisti, essi gestiscono a Lagos un negozio di prodotti in ceramica ed altri oggetti in terracotta. Nel 1995 la coppia acquista 8 ha di terreno incolto nell'entroterra. Il luogo è completamente deserto, ma offre una vista unica sia sulla costa occidentale ("Costa Vicentina"), sia sulla costa meridionale dell'Algarve. Qui costruiscono la loro casa e successivamente, con l'aiuto di LEADER, anche un grande laboratorio (50 000 EUR). Purtroppo il serbatoio che deve rifornire la proprietà in acqua è insufficiente. Pertanto, è necessario scavare un pozzo supplementare e ciò aumenta notevolmente il costo dei lavori.

"Un po' alla volta abbiamo risolto i problemi infrastrutturali", racconta José dall'alto della sua collina che sovrasta il "Finistère" dell'Europa. "Ci riempie d'orgoglio pensare che, oltre a noi, due famiglie vivono della nostra attività... Perché la difficoltà maggiore qui è trovare la manodopera e tenerla con sé. Una cassiera del supermercato dove facciamo la spesa ha già seguito un corso di formazione da noi, ma ha preferito il lavoro al supermercato che...".

Tutti gli imprenditori incontrati lamentano la mancanza di manodopera: "il rapido cambiamento della società portoghese sminuisce le attività tradizionali, percepite come 'superate', sporche e non redditizie", afferma Sabine. Ella dovrebbe tuttavia moderare la sua analisi: prima di conoscerla, José non si occupava di ceramica, ma lavorava come funzionario al ministero delle finanze! "Ho preso delle ferie non retribuite... a vita", puntualizza allegramente. <

[*] Soprannome attribuito dai metropolitani ai bianchi originari delle ex-colonie portoghesi d'Africa.

LEADER ENTRE LOUSA E ZÊZERE

Superficie del territorio: 729,35 km²
 Popolazione: 48 012 abitanti
 Finanziamento LEADER II: 3 308 000 EUR
 UE: 2 481 000 EUR - Altri fondi pubblici: 247 000 EUR
 Settore privato: 580 000 EUR

DUECEIRA
 Rua Dr. Pires de Carvalho, 49 - 1º Dto
 P-3200 Lousã
 Tél: +351 39 99 52 68 - Fax: +351 39 99 52 68
 E-mail: duceira.eloz@mail.telepac.pt

LEADER SUDDEST

Superficie del territorio: 2 368 km²
 Popolazione: 61 393 abitanti
 Finanziamento LEADER II: 2 921 000 EUR
 UE: 1 998 000 EUR - Altri fondi pubblici: 129 000 EUR
 Settore privato: 794 000 EUR

VICENTINA
 Rua Conselheiro Joaquim Machado, 45 - 1º E
 P-8600 Lagos
 Tél: +351 82 764 060 - Fax: +351 82 764 060
 E-mail: vicentina@mail.telepac.pt



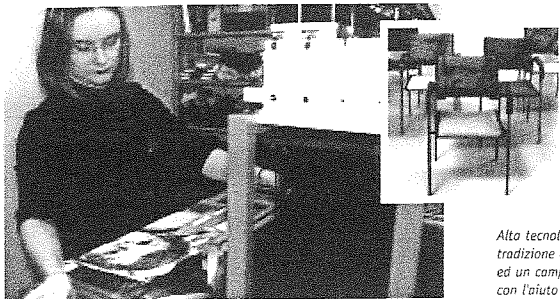
Dinamiche locali, prodotti innovativi e cooperazioni nell'Hämeen centrale (Finlandia)

Reti naturali

Favorire il collegamento in rete di iniziative locali, produttori innovativi e operatori turistici costituisce l'essenza stessa dell'intervento LEADER in questo territorio rurale fragile del sud della Finlandia.

Sicuramente lo hanno fatto apposta! Com'è possibile che Katja Huhmarkangas abbia ricevuto per caso il suo primo ordine d'oltreoceano proprio poco prima della visita dell'inviato di LEADER Magazine? Tempismo? Telepatia? Miracolo della globalizzazione? Comunque sia, il pacco inviato dagli Stati Uniti giace aperto sulla scrivania e Katja ne estrae con orgoglio una lettera, un contratto, un campione di tessuto e un capitolato d'oneri. KH-Design, impresa di tessitura situata nel seminterrato di un villino di Lammi, una frazione a circa due ore di auto da Helsinki, potrà cominciare a realizzare una grande tappezzeria per un albergo di una famosissima catena americana di cui ovviamente non citeremo il nome. Katja e KH-Design sono la stessa cosa. Katja, una trentenne con due figli in tenera età, ha avviato la sua piccola impresa nel 1998. È la sola tessitrice della Finlandia e una delle poche al mondo ad utilizzare sistemi di produzione assistita dal computer per la realizzazione dei suoi jacquard. Il processo è semplice: prendete una fotografia o una qualsiasi altra illustrazione, passatela allo scanner, caricatela sul computer e quest'ultimo configurerà tutti i parametri di un telaio high-tech che

permetterà all'artigiana di tessere l'immagine su un tessuto. Difficile trovare un esempio migliore di sinergia tra know-how antico e tecnologia di punta. "Ho sempre odiato i computer", racconta Katja, "fino a quando non ho visto cosa sono in grado di fare... Questa macchina realizza in poche ore ciò che nel XVIII° secolo richiedeva mesi di lavoro. Grazie ad essa rinasce il jacquard prodotto in serie estremamente ridotte, un'attività praticamente scomparsa con l'industrializzazione". Dal suo avvio, KH-Design collabora periodicamente con artisti e designer scandinavi di grande fama. "Adesso posso finalmente dire che mi guadagno da vivere con questa attività", afferma Katja. "Katja è l'unica dei promotori di progetto da noi sovvenzionati che non sia passata per un'impostazione collettiva", sottolinea Pia Niemikotka, coordinatrice del gruppo di azione locale (GAL) Keski-Häme. "Ci siamo detti che LEADER doveva servire anche ad agevolare l'assunzione dei rischi. Abbiamo concesso soltanto il 15% dell'investimento complessivo (30 000 EUR), ma il nostro intervento ha permesso a Katja di ottenere con maggiore facilità il fido di cui aveva bisogno."



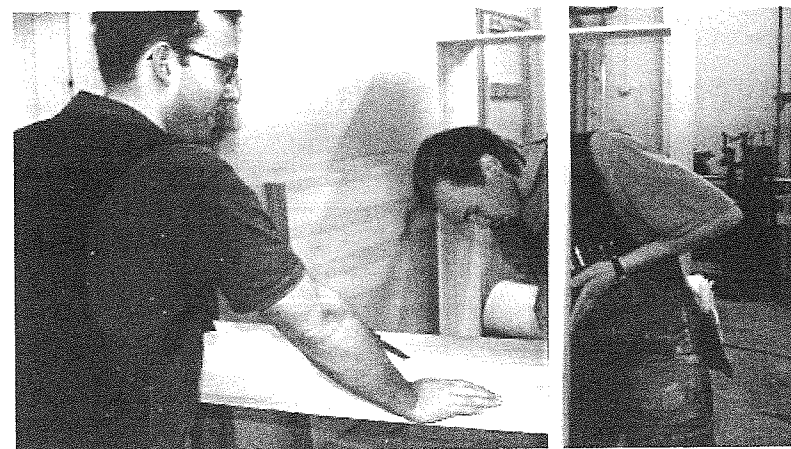
Alta tecnologia al servizio di un'antica tradizione artigianale: Katja Huhmarkangas ed un campione dei suoi jacquard fabbricati con l'aiuto del computer

Il passaggio attraverso un'impostazione collettiva rappresenta il fondamento stesso dell'assistenza fornita dal gruppo LEADER Keski-Häme (Hämeen centrale). Tutti i 150 progetti sostenuti nell'ambito di LEADER II erano collegati ad un processo più ampio, a prescindere dal fatto che questo fosse stato definito "impostazione collettiva", "gruppo" o "rete". Prendiamo ad esempio il caso di un'altra giovane imprenditrice, Maila Karelius: questa ex disoccupata ha seguito due corsi di formazione organizzati dal gruppo LEADER Keski-Häme nel 1998-99, uno per la creazione di impresa (80 ore) e l'altro per la valorizzazione delle piante selvatiche (90 ore). Quest'ultimo è stato attivato dall'Istituto forestale della Scuola politecnica dell'Hämeen che, avendo messo a punto coloranti ecologici per il legno ottenuti dalla distillazione di piante selvatiche, cercava un'impresa disposta a lanciare questi nuovi prodotti. Maila ha colto la sfida e nell'autunno del 1999 ha fondato la società "Eko Color" che distilla quattro coloranti estratti, rispettivamente, dal larice (per il marrone), dalla betulla (per il giallo scuro), dalla carota (per il giallo chiaro) e dal mirtillo (per il rosso). Il prodotto è innovativo, così come lo è la raccolta della materia prima: Maila ha infatti creato una rete di una ventina di addetti al raccolto (essenzialmente partecipanti al corso di formazione LEADER) che le forniscono le piante

necessarie. Queste ultime vengono trasportate dal marito di Maila, camionista, che preleva la merce durante i suoi viaggi. "LEADER mi ha dato un triplice aiuto", afferma Maila: "innanzi tutto per la formazione, poi per la costituzione della mia rete di raccoglitori ed infine per l'acquisto dell'attrezzatura necessaria".

Il termine "rete" si applica anche alla clientela di Maila: Eko Color lavora in particolare con la cooperativa ACER. Questa falegnameria fondata nel 1996 da otto artigiani e otto agricoltori ha costruito due anni dopo, con il sostegno di LEADER, un laboratorio comune che, come ci spiega il direttore Reino Ketola, consente di "ottenere condizioni d'acquisto più vantaggiose, realizzare contratti di maggiore entità e fabbricare prodotti di ottima qualità grazie all'utilizzo di macchinari migliori". Il laboratorio, che ha acquistato le apparecchiature necessarie attingendo a finanziamenti LEADER, viene utilizzato dai soci della cooperativa ma anche da vari falegnami che lavorano in proprio e che noleggiato i locali e i macchinari. Oltre a penne stilografiche in legno pregiato, colorate con i prodotti Eko Color, il laboratorio fabbrica mobili per negozi e collettività (il museo Sibelius di Lahti, ad esempio), componenti per cucine di lusso, nonché vasche da bagno in legno (prezzo unitario superiore ai 4 000 EUR) destinate principalmente al mercato giapponese.

Maila Karelius presenta uno dei coloranti ecologici estratti da specie vegetali fornite da una rete di raccoglitori



Mobili destinati al museo Sibelius di Lahti

Inoltre, in collaborazione con l'Istituto forestale, il laboratorio organizza corsi sulla valorizzazione del legno destinati ai funzionari municipali e ai futuri quadri direttivi dell'industria del legname. Nel periodo 1998-1999 questa attività ha fornito alla cooperativa entrate pari a 70 000 EUR, una somma che contribuisce a rimborsare i fondi privati investiti nel progetto. "Senza LEADER tutto questo non sarebbe stato possibile", afferma Reino Ketola. "Il gruppo di azione locale ci ha spinto a concretizzare un'idea che avevamo in mente già da vari anni... Al di là del sostegno morale e finanziario, il GAL e noi condividiamo la stessa idea: sviluppare una vera e propria filiera del legname, ad alto valore aggiunto, proficua per i falegnami ma anche per gli agricoltori che devono assolutamente diversificare la propria attività... In questo campo i risultati sono ancora deludenti: molti non ammettono che non sia più possibile vivere esclusivamente di agricoltura; è una questione di orgoglio e, purtroppo, inizieranno a diversificare l'attività soltanto quando avranno venduto anche l'ultimo bosco di loro proprietà." La coordinatrice del GAL concorda: "il valore aggiunto del programma LEADER è rappresentato, in primo luogo, dal fatto che l'Iniziativa permette di rompere con le abitudini, rimette in discussione il modo di operare e, soprattutto, consente di sostenere il processo di cambiamento di coloro che osano percorrere una nuova via o riorientare la loro attività. Ed è a questo punto che LEADER genera una seconda forma di valore aggiunto: l'Iniziativa fornisce le risorse umane, tecniche e finanziarie per creare reti di imprenditori. Senza LEADER questi ultimi non coopererebbero perché individualmente non hanno né il tempo né i mezzi da investire in questo tipo di azione che considerano a priori 'virtuale', anche se sono perfettamente che la cooperazione è indispensabile per innestare una marcia superiore e migliorare sensibilmente la pro-

mozione, la commercializzazione, l'accesso a nuovi mercati, ecc. Il gruppo LEADER deve cercare di far emergere quelle che io definisco reti naturali".

Pia Niemikotka ripeterà più volte l'aggettivo "naturale". Forse perché il territorio LEADER II Keski-Häme non è un insieme omogeneo, "naturale" appunto: i suoi limiti sono stati definiti in funzione della zona Obiettivo 5b della provincia dell'Hämeen, sei comuni con 27 villaggi e frazioni che dipendono da due circoscrizioni (Kanta-Häme e Päijät-Häme). "LEADER ci ha anche obbligato a superare i confini 'mentali' della popolazione", sottolinea Liisa Häme, responsabile dello sviluppo della collettività locale all'interno del GAL (si veda il riquadro). "Nella testa della gente Kanta-Häme e Päijät-Häme sono due 'paesi' diversi: il primo si orienta verso la città di Hämeenlinna, mentre il secondo si focalizza su Lahti. In base al luogo di residenza la gente va a fare la spesa, sbriga le pratiche amministrative, ecc. in una delle due circoscrizioni. Prima della costituzione della zona LEADER le due entità non erano abituate a collaborare e ciò ostacola sensibilmente l'introduzione, sull'intero territorio, di un'impostazione ascendente basata sul principio del bottom-up... Esiste anche un netto divario tra il nord e il sud della zona LEADER: il primo, con laghi e numerose case estive, è particolarmente adatto al turismo, mentre il sud è decisamente più agricolo. Gli obiettivi strategici possono essere gli stessi ma il 'dosaggio' deve necessariamente essere diverso..."

La dinamica locale in azione:

L'esempio di Mommila



Il primo dei sette "audit locali" realizzati dal gruppo LEADER Keski-Häme verteva sul piccolo centro di Mommila. Esempio di un villaggio che si è occupato direttamente del proprio futuro lottando al contempo per mantenere aperta la scuola del paese.

Mommila è un villaggio atipico, una specie di "villaggio di Asterix" nella zona LEADER Keski-Häme, "forse perché, essendo estremamente periferico dal punto di vista amministrativo, siamo abituati a cavarcela da soli", suggerisce Tapani Termonen, una delle figure di spicco del comitato locale di cittadini. "Forse è anche l'eredità culturale lasciataci da Alfred Kordelin..."

Comunque sia, la disposizione del luogo colpisce il visitatore: non ci sono case addossate le une alle altre come avviene nelle altre parti nella zona LEADER. Le abitazioni sono invece isolate da vasti campi aperti.

In base a tale osservazione il gruppo LEADER è riuscito a creare progressivamente, in ogni singolo comune, reti di imprenditori e di operatori turistici. "Sono piccole, ma efficaci", tiene a precisare Pekka Kääriäinen. Pekka, membro del consiglio di amministrazione del GAL, è anche l'animatore del consorzio di operatori turistici del paesino di Lieso composto da dieci fornitori di servizi tra loro complementari: un albergatore-ristoratore, un fabbricante di birra artigianale, un droghiere, il titolare di una ditta di trasporti, ecc. "Il gruppo LEADER ci ha aiutato a delineare una visione comune e quindi una strategia di comunicazione e di commercializzazione." La creazione di questa rete ha richiesto una spesa di circa 30 000 EUR. I dieci imprenditori, che si incontrano una volta al mese, hanno prodotto un opuscolo promozionale su Lieso e si sono recati in Irlanda per una visita di studio.

A prima vista Mommila non somiglia ad un villaggio ma piuttosto ad un gruppo di fattorie. Del resto si tratta di un paesaggio agricolo dalle specifiche peculiarità culturali, riconosciuto e protetto dal Consiglio regionale.

Questa particolarità è dovuta al fatto che Mommila si è sviluppata all'interno di un latifondo di 3 000 ettari, strutturato intorno ad un castello del XIII secolo. All'inizio del XX secolo la tenuta fu acquistata da un industriale, Alfred Kordelin, che inizialmente ne smembrò una parte per installarvi, su una superficie di 700 ettari, i profughi della Carelia cacciati dai russi. Eroe nazionalista, Kordelin fu assassinato a Mommila nel 1917.

All'epoca vivevano nel villaggio cinquanta famiglie di braccianti agricoli che si occupavano di 1 000 ettari di colture, di 400 vacche e 70 cavalli, di una segheria, un mulino, una fabbrica di mattoni, una falegnameria, un fucina, un caseificio, uno spaccio ed una scuola elementare.

Oggi Mommila conta una popolazione di soli 300 abitanti. Senza i pochi agricoltori rimasti (tutti a tempo parziale) e i pendolari, la località sarebbe inesorabilmente condannata alla desertificazione.

Preoccupato per il futuro del villaggio, un gruppo di abitanti chiede ed ottiene nell'autunno del 1997 un finanziamento LEADER di 18 000 EUR per realizzare un audit destinato a valutare in modo obiettivo la situazione e ad identificare soluzioni che consentano non solo di arrestare il declino, ma anche di favorire uno sviluppo sostenibile di Mommila.

"Animatrice locale" e agente di sviluppo LEADER, Liisa Häme invita tutti gli abitanti ad un "workshop del futuro" nell'ambito del quale verranno individuati i seguenti parametri:

Case estive

Il turismo, come il sostegno ai prodotti innovativi, è un asse strategico del gruppo di azione locale dell'Hämeen centrale. La parte settentrionale del territorio costeggia il Päijänne, il terzo lago della Finlandia, ma gli specchi d'acqua abbondano anche in molte altre parti della zona LEADER. Lieso, ad esempio, si estende su una penisola del lago Kuohijärvi. In inverno nel paesino risiedono 400 persone, ma la popolazione sale a 1 000 nei mesi estivi.

"Con il termine 'turismo' intendiamo sia i gittanti occasionali, sia i proprietari di seconde case", spiega Joumi Lehtonen, anch'egli membro del consiglio di amministrazione del gruppo LEADER nonché vero e proprio "Mister Cultura" del comune di Hauho per il suo impegno in qualsiasi tipo di attività socio-culturale. "I proprietari di seconde case rappresentano un elemento importantissimo della nostra strategia. Ad Hauho, nei mesi estivi, la popolazione passa da 4 000 a 10 000 abitanti. A Lammi, da 6 000 a 8 000. Molti vengono anche durante il fine settimana perché siamo situati al centro

Lacune

- > Invecchiamento della popolazione
- > Isolamento
- > Carenza di impieghi
- > Scomparsa dei servizi pubblici (posta)
- > Riduzione del volontariato
- > Problemi ambientali (lago inquinato)

Punti di forza

- > Disponibilità di terreni
- > Relativa vicinanza a città di una certa importanza
- > Abitudine a lavorare insieme
- > Scuola
- > Negozi
- > Artigiani
- > Centro polivalente con sala per spettacoli
- > Natura

Possibili soluzioni

- > Attrarre nuove famiglie
- > Corsi serali
- > Turismo
- > Telelavoro
- > Pool di servizi (imprese, taxi, ecc.)
- > Attività socio-culturali, giornale

Un'assemblea dei cittadini elegge quindi un gruppo di lavoro all'interno del quale sono rappresentati gli operatori e gli interessi locali: agricoltori, proprietari di seconde case, comitato parrocchiale, cacciatori, pescatori, associazioni sportive, ecc. Ad ognuna delle parti viene assegnato uno specifico compito di analisi e controllo. Tapani Termonen viene nominato coordinatore del progetto.

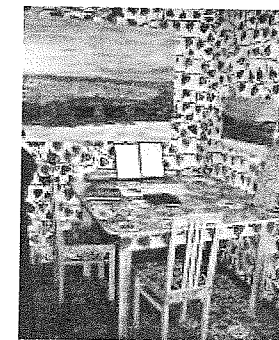
Inizia così un processo che durerà un anno e mezzo, con un incontro ogni due settimane. Al termine viene elaborato un piano d'azione decennale nell'ambito del quale vengono realizzate le seguenti azioni:

- > inventario dei lotti di terreno edificabili;
- > miglioramento delle canalizzazioni dell'acqua;
- > formazione e collegamento in rete degli operatori turistici;
- > creazione di un pool di imprenditori (uno spaccio, produzione agroalimentare, silvicoltura, edilizia, carpenteria);
- > promozione territoriale coerente;
- > organizzazione di festività, attività culturali e manifestazioni sportive;
- > organizzazione di passeggiate ed escursioni con guida;
- > corsi serali;
- > creazione di un'opera teatrale su Alfred Kordelin.

LEADER, elemento fondamentale per la realizzazione di questo piano d'azione locale, ha finanziato in un secondo tempo i lavori di rifacimento del centro polivalente, la formazione in turismo e l'integrazione degli operatori turistici nelle reti dei tre comuni vicini a Mommila. Sul futuro del villaggio pesa tuttavia una grande incertezza: il mantenimento della scuola del paese. Se la scuola dovesse chiudere, e la minaccia è purtroppo reale, svanirebbe qualsiasi possibilità di attirare nella zona nuove famiglie. "Ci battiamo per evitare la chiusura della scuola, ma allo stesso tempo cerchiamo di conferire una maggiore specializzazione, in particolare valorizzando la nostra esperienza in educazione ambientale." Con il sostegno del GAL e dell'Università di Helsinki Mommila ha infatti avviato un programma di sensibilizzazione ambientale attuato sull'intero territorio LEADER e articolato intorno a dieci seminari tematici.

"Con la minaccia che pesa sulla scuola il futuro del villaggio non è affatto sicuro, ma è stata introdotta una nuova dinamica locale e nulla sarà come più prima. Sono ottimista", afferma Liisa Häme che non scorderà mai il fatto che Mommila è stato il primo centro abitato della zona LEADER ad avviare la realizzazione di un audit ricavandone poi un piano d'azione. Tra il 1998 e il 1999 sei località di Keski-Häme hanno seguito il suo esempio. <

del triangolo Helsinki-Tampere-Lahti. I proprietari di seconde case sono, per vari motivi, molto importanti: sia in quanto consumatori, certo, ma anche e soprattutto in quanto cittadini perché sono molto legati al paese dove hanno la loro seconda abitazione e di cui sono sovente originari; per questo motivo sono sempre disposti ad impegnarsi in un progetto, quando addirittura non ne sono i promotori." A Vihavuosi, una frazione di soli 10 abitanti permanenti, ad esempio, l'attiva partecipazione di un centinaio di volontari, insieme al sostegno di LEADER, ha permesso di convertire in ristorante e museo un'antica segheria situata in una posizione incantevole, tra due grandi laghi. Dieci abitanti e cento volontari? Per spiegare questa insolita aritmetica basta pensare al numero di residenti saltuari che durante i mesi estivi e in alcuni week-end raggiungono anche le 300 unità... L'importanza dei proprietari di seconde case per lo sviluppo locale è ancora più evidente quando si conosca l'andamento della geografia demografica della Finlandia rurale dagli anni '70: la popolazione si concentra in misura sempre maggiore nei capoluoghi, mentre i villaggi tendono a diventare semplici frazioni di



L'abitazione di Enni Jo, interamente dipinta, si trasforma in bar durante la stagione estiva

alcune decine di abitanti. In estate, tuttavia, le famiglie che abitano in città e nei capoluoghi si trasferiscono nelle case di campagna, che diventano la loro residenza principale.

Allegato I



I centri giovanili rappresentano un importante asse di intervento nella zona LEADER Keski-Häme

Per alcuni mesi i villaggi rinascono. Con l'aumento delle comodità in queste "case d'estate" - molte delle quali sono abitabili tutto l'anno - e con l'enorme diffusione di Internet in Finlandia, non è affatto irrealistico per i responsabili dello sviluppo cercare di prolungare il soggiorno di questi residenti favorendo la conservazione, l'ammodernamento e la creazione di strutture e servizi che si rivelino proficui per tutti i residenti, a cominciare dalla popolazione permanente.

Attivazione dei villaggi

Questa impostazione può essere confusa con ciò che il gruppo LEADER definisce "attivazione dei villaggi", terzo (o primo?) asse del suo intervento: sostenere i gruppi, le associazioni e le reti locali nell'elaborazione e nell'attuazione di progetti per migliorare la qualità della vita. A Hauho il gruppo LEADER sostiene il Club delle 4H (*) nell'ambito di tre progetti: l'allestimento di un centro di riciclaggio che operi in rete con i giovani e gli agricoltori; la creazione di un giornale; l'allestimento di un veicolo espositivo per promuovere il mondo rurale e il rispetto dell'ambiente nelle principali città finlandesi. A Hämeentoski LEADER ha sostenuto il 40% (13 000 EUR) dei costi di ristrutturazione (realizzata dagli scout) di un antico fienile convertito in luogo di incontro e officina meccanica a disposizione dei giovani. Sulle rive del lago Pääjärvi, il GAL ha cofinanziato (24 000 EUR) la ristrutturazione di un'ex casa di riposo per anziani trasformata in locanda (gestita da un operatore privato) e in laboratori di artigiani (gestiti da un'associazione di cittadini). Per non dimenticare il progetto più variopinto: la riconversione in bar estivo della casa di Enni Io. Questo originale pittore naïf dilettante ha trascorso l'ultima parte della sua vita a coprire di motivi floreali i muri, i pavimenti, i soffitti e i mobili della sua abitazione. Un'opera senz'altro unica, che completa l'offerta di attrattive turistiche e di luoghi di incontro del paesino in questione. Gli esempi in questa zona non mancano: LEADER Keski-Häme ha infatti attuato un centinaio di questi progetti di sviluppo "della collettività", ideati per e dalla popolazione locale, la cui realizzazione potenzia la rete

locale "naturale" che la concezione del progetto aveva già fatto emergere. In un certo senso, un vero e proprio effetto a catena.

"La gente deve ricominciare ad essere l'artefice del proprio futuro", afferma Tapio Tuominen, direttore dei servizi comunali di Lammi. "Da tempo gli abitanti della zona si erano abituati ad aspettarsi tutto dall'amministrazione comunale e dall'iniziativa pubblica in generale; oggi sono i cittadini a dover prendere l'iniziativa. Ed hanno cominciato a farlo, con LEADER. Mi chiedo solo se poi questa situazione continuerà..." <

(*) Organizzazione internazionale giovanile estremamente attiva nel mondo rurale in America del Nord e in Scandinavia. Le quattro "H" stanno per "Heart" (cuore), "Head" (testa), "Hands" (mani) e "Health" (salute).

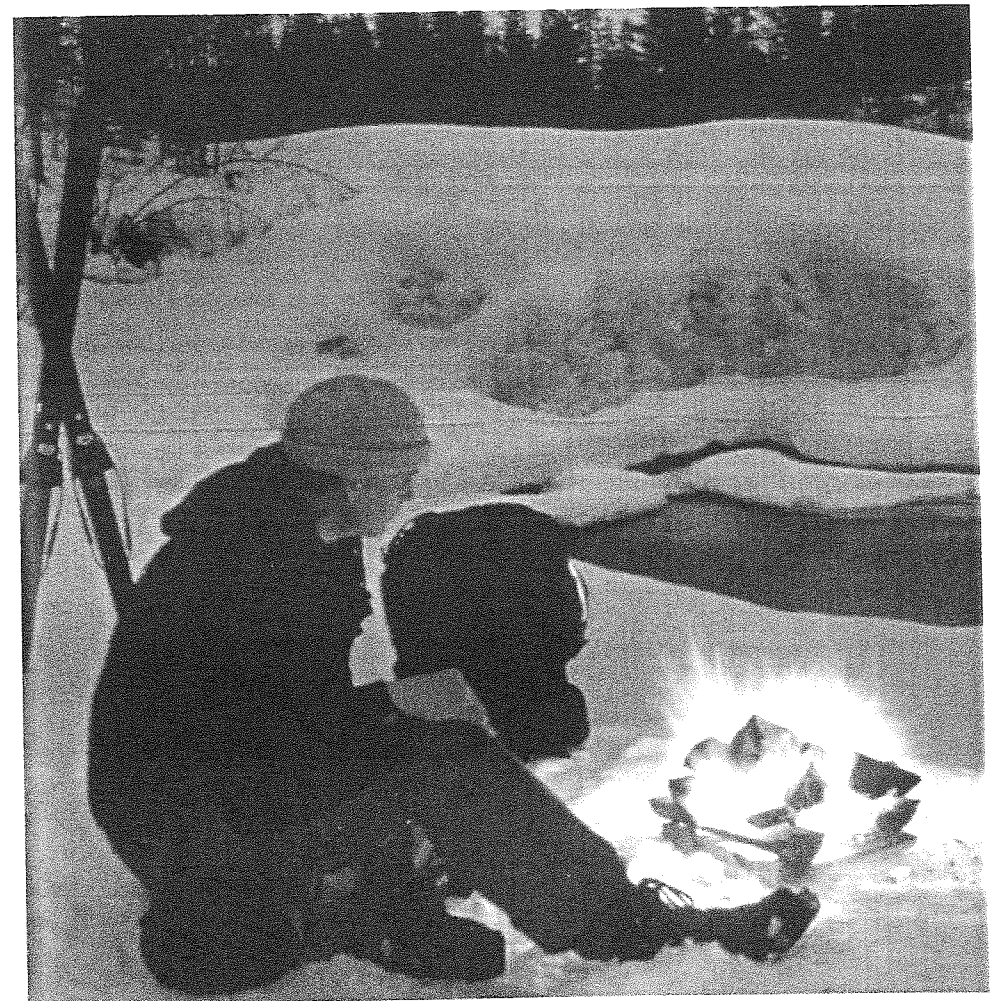
LEADER KESKI-HÄME

Superficie del territorio: 2 412 km²
 Popolazione: 23 100 abitanti
 Finanziamento LEADER II: 3 102 443 EUR
 UE: 1 033 212 EUR
 Altri fondi pubblici: 1 033 212 EUR
 Settore privato: 1 036 019 EUR

Keski-Häme LEADER II
 Syrjäntaanitie 6, FIN-14820 Tuusula
 Tel: +358 3 6336 242
 Fax: +358 3 6336 242
 E-mail: tavest@cci.fi

Natura, cultura e solidarietà: la trilogia competitiva di Skogslandet [Svezia]

Il polo di sviluppo LEADER



Apparentemente penalizzata dalla sua posizione geografica, la più vasta zona LEADER può contare su un habitat eccezionale, su un patrimonio culturale unico nel suo genere e su "gruppi di sviluppo" attivi in ogni villaggio. Tre atout di punta che il GAL Skogslandet ("Regione delle Foreste") intende potenziare con la cooperazione.

"Stiamo realizzando il progetto più futurista del mondo", dichiara Per-Erik Jönsson, *"il nostro obiettivo si estende su un periodo di 1 469 anni, vi rendete conto!"* Sembra, infatti, che tra 1 469 anni il circolo polare artico raggiungerà il paesino di Nattavaara (400 abitanti). L'impercettibile ma inesorabile cambiamento dell'inclinazione dell'asse terrestre causa una migrazione a nord del polo di circa 14,5 metri l'anno. Poiché attualmente il villaggio si trova ad una ventina di chilometri a nord dalla famosa fascia dell'aurora boreale, gli abitanti hanno fatto i calcoli: matematicamente, nell'anno 3468, Nattavaara sarà situato sul circolo polare artico.

"In attesa del circolo polare" (questo è lo slogan scelto dal villaggio) e, dal 1995, con il sostegno del programma LEADER, il "gruppo di sviluppo" di Nattavaara ha varato una serie di azioni per rilanciare la località: allestimento di un "centro della collettività" e di un piccolo complesso ricreativo, rilevamento dell'ultima stazione di servizio, ecc. A questi progetti sono state affiancate varie operazioni per promuovere l'immagine del paese, la più spettacolare delle quali è stata l'installazione, in piena foresta dove passa (attualmente!) il circolo polare artico, di un immenso semiarco, opera di un artista locale.

La storia del villaggio e il modo in cui gli abitanti si mobilitano per migliorare la loro situazione attuale e costruire il loro avvenire fanno di Nattavaara un esempio estremamente rappresentativo della zona LEADER Skogslandet ("Regione delle Foreste") nel suo complesso. Sorto nel 1670 durante la colonizzazione del nord della Svezia, nel XVIII secolo Nattavaara era il principale centro abitato della Lapponia. Nella località, situata ad un'altitudine che non consente praticamente alcuna forma di agricoltura, vi erano alcune piccole fattorie che praticavano l'allevamento di bovini e renne. Ma il paese era anche un importante centro di scambi culturali e commerciali con la popolazione Sami (*). All'inizio del XX secolo, Nattavaara ha tratto grandi vantaggi dalla costruzione della ferrovia e dallo sfruttamento delle miniere di ferro di Malmerget e di Kiruna. In seguito è iniziato il declino dell'attività e l'esodo demografico. Attualmente, il villaggio è abitato in prevalenza da pensionati e pendolari che effettuano, ogni giorno, 120 km per recarsi a lavorare a Gällivare-Malmberget, l'agglomerato urbano più vicino.

Distanze

"Una distanza 'normale'", afferma Roger Ritola, uno dei tre agenti di sviluppo LEADER. *"Anch'io percorro generalmente 400 km al giorno in auto per incontrare i promotori di progetto..."* La zona LEADER Skogslandet è la più vasta delle circa 800 zone LEADER II: 42 760 km², pari ad una superficie comparabile a quella della Danimarca!

Secondo Irene Lundstöm, vicepresidente del gruppo LEADER, le distanze rappresentano uno dei principali handicap della zona. Irene sta attualmente tentando di creare una rete di professionisti della comunicazione (giornalisti, grafici, illustratori, ecc.) per ottenere contratti di maggiore entità: *"nonostante le tecnologie esistenti, non è facile creare reti in una regione come la nostra, per la semplice ragione che è difficile incontrarsi di persona a causa degli spostamenti che richiedono così tanto tempo..."*

Il gruppo LEADER Skogslandet è composto da 16 "soci azionisti": 4 comuni, 6 rappresentanti del settore privato e 6 rappresentanti dei "gruppi di sviluppo delle comunità locali". *"L'esistenza di questi gruppi permette di superare in parte il problema delle distanze",* spiega Kristina Öhman, direttrice del GAL. *"La loro presenza in ogni villaggio ci permette di essere un vero gruppo di azione 'locale', nonostante la vastità della nostra zona di intervento..."*



Prove di una commedia musicale alla quale partecipano gli abitanti di otto paesini associati dal gruppo di sviluppo Bykraft

Una rete capillare di gruppi di sviluppo

Nella contea di Norrbotten operano 450 gruppi di questo tipo, pari a circa il 13% dei gruppi svedesi, sebbene i 264 000 abitanti della regione rappresentino meno del 3% della popolazione nazionale. Questa capillare rete di gruppi locali alimenta e promuove la strategia LEADER. Mats Skytt ne è l'esempio vivente. Egli è al contempo agente di sviluppo LEADER e presidente del Comitato rurale del Norrbotten, al quale partecipano tutti i gruppi della contea.

"La rapida crescita e l'ufficializzazione dei gruppi di sviluppo in atto da una decina d'anni in Svezia sono un chiaro segno del riconoscimento politico dell'iniziativa locale e della sua efficacia", afferma Mats. *"Non abbiamo scelto: lo Stato assistenzialistico e le grandi società pubbliche o private che assumevano in massa sono ormai un ricordo del passato..."*

Alcuni gruppi si sono organizzati, all'interno delle collettività, per far fronte alla riduzione degli effettivi nel settore militare, alla chiusura delle segherie o alla "razionalizzazione" di taluni ospedali. Innanzi tutto per garantire il mantenimento dei servizi locali. "Murjek Resebyrå", l'associazione di sviluppo di Murjek (170 abitanti), ha introdotto un'importante innovazione in Svezia riuscendo a ufficializzare la prima partnership tra un gruppo di operatori locali, le Ferrovie di Stato svedesi e le Poste. Nel 1993, infatti, le Ferrovie volevano chiudere la stazione di Murjek poiché non la consideravano redditizia, proprio quando il paese si stava orientando verso una strategia turistica di tipo volontaristico. Dopo un'intensa attività di pressione, Murjek Resebyrå ha convinto le Ferrovie a mantenere operativa la stazione di Murjek, a stipulare accordi con le società di trasporto

locali per la fornitura di servizi di collegamento in corriera e persino ad affidare all'associazione la gestione della stazione. L'anno seguente, l'associazione porta avanti l'azione... e sigla un accordo con le Poste. Oggi, oltre a ricevere 6 treni giornalieri, la stazione di Murjek è diventata un centro rurale polivalente con un ufficio postale, una farmacia, un bar, un negozio di beni di prima necessità, un punto vendita dei prodotti artigianali locali e persino un'agenzia di viaggi. Il centro occupa l'equivalente di 2,75 posti a tempo pieno e un numero variabile di impieghi temporanei. *"Ad esempio, una giovane famiglia è riuscita a rimanere in paese",* precisa Ann-Mari Rönnquist, portavoce del gruppo. *"Grazie alla relativa stabilità dell'impiego della moglie, dipendente della stazione, il marito, che aveva perso il posto alla segheria, ha potuto avviare la propria impresa turistica."*

Un comune di 18 500 km² e 200 parole per descrivere la neve...

Il comune di Jokkmokk, che si estende su una superficie di 18 500 km², è il secondo comune più vasto della Svezia (dopo Kiruna), nonché uno dei centri meno popolati del Paese: 6 300 abitanti, pari ad una densità demografica di 0,3 ab./km². Di questi, soltanto 3 500 risiedono nel centro principale, mentre i restanti 2 800 sono suddivisi in una trentina di frazioni e villaggi isolati. Ed è proprio qui che si concentra l'intervento di LEADER poiché, come spiega Kent Ögren, sindaco di Jokkmokk: *"in questa zona si ritrova, a grandi linee, la tipica ripartizione dei compiti tra l'Obiettivo 6 (investimenti 'pesanti') e LEADER (investimenti 'immateriali'), che in questo caso punta sullo sviluppo delle collettività locali, la creazione di reti di imprenditori, il turismo e la cultura."*

La cittadina di Jokkmokk è la capitale culturale della Lapponia. Tradizionale punto di incontro della popolazione sami, il suo mercato invernale, che si tiene ogni anno dal 1605 nel primo fine settimana di febbraio, attira decine di migliaia di visitatori. Nella cittadina si trova probabilmente il più bel museo sami del mondo. Inaugurato nel 1989, il museo illustra tutte le sfaccettature della cultura dei primi abitanti della Scandinavia. Yngve Ryd è un frequentatore abituale del museo nonché un vero e proprio museo in sé: questo etnologo autodidatta raccoglie da 20 anni le testimonianze di molti anziani sami che rappresentano, come spiega Yngve mostrando il suo manoscritto di 500 pagine, "l'ultima generazione che ha conosciuto il modo di vita tradizionale". "Un patrimonio inestimabile, destinato a scomparire per sempre... Una volta la settimana incontro personalmente ogni anziano e lo esorto a parlare di qualsiasi cosa: della vita, della natura, della sua rappresentazione del mondo... Non è soltanto una miniera d'oro in termini di patrimonio culturale, ma è probabilmente 'lo' guida per sopravvivere nelle zone nordiche. Provate ad immaginare... i Sami utilizzano oltre 200 termini per descrivere la neve a seconda che sia dura, molle, fresca, bottuta, ecc.!" Yngve Ryd, questo incredibile personaggio, è una preziosa fonte di risorse per il gruppo LEADER poiché la cultura locale è un asse di intervento importantissimo per Skogslandet. Secondo Kristina Öhman, "persone come Yngve o, in una versione più moderna, Michael Johansson di Gällivare che registra su CD-ROM i canti delle donne

sami, sono insostituibili: il loro lavoro ci permette di riappropriarci e di mantenere vive le nostre radici." Lennart Pittja e Anders Kärrstedt hanno fatto della scoperta o della riscoperta di queste radici un'impresa commerciale. Il primo è un Sami, mentre il secondo è uno "Svedese" sposato con una donna sami. Insieme hanno creato la società "Vävisaren" (L'Esploratore) che propone una gamma completa di attività legate alla cultura sami. LEADER ha concesso loro una sovvenzione di 10 000 ECU per un corso di formazione e l'acquisto di 12 renne con le quali possono attualmente organizzare escursioni di una settimana in piena natura per gruppi di 7-12 persone. Invitato ad esprimere un giudizio sul suo percorso imprenditoriale, Lennart sintetizza le sfide del rapporto tra turismo e cultura nel Paese che l'UNESCO ha definito con il termine "Lapponia": "Siamo riusciti a preservare la nostra autenticità, questo è l'elemento principale, ma dobbiamo essere più professionali, produrre un catalogo, migliorare le attività 'prima' e 'dopo' l'escursione, garantendo il follow-up con i clienti. Entro i prossimi cinque anni Vävisaren sarà il nec plus ultra nel campo del turismo sami. La trilogia qualità, autenticità e rispetto dell'ambiente nel settore turistico è possibile se si opera in modo corretto... I Sami cominciano a capire che il tipo di turismo che intendiamo sviluppare è positivo per l'economia locale, per l'ambiente e anche per il loro portafoglio. Prima o poi, gli allevatori di renne avranno gli stessi problemi degli altri agricoltori: la necessità di avere grosse mandrie e di praticare la pluriattività, in particolare sfruttando il turismo."



Iter Laponicum

Nella contea di Norrbotten esistono un centinaio di piccole imprese turistiche di questo tipo, di cui una ventina nella zona di Skogstundet. Paradossalmente, gli imprenditori che sembrano essere più avanzati in questo "ecoturismo di avventura" non sono né sami né svedesi: originari rispettivamente di Stoccarda e di Dresda, Bernhard e Diana Zimmer si sono trasferiti nel 1989 in un'antica fattoria completamente isolata ad una ventina di chilometri da Nattavaara. "Avevamo già lavorato nel settore turistico, ci siamo innamorati della Lapponia e volevamo avviare un'attività incentrata sulla cultura e l'ambiente", racconta Bernhard. Dopo aver costituito una mandria di una ventina di renne, essi creano la società "Iter Laponicum" che organizza soggiorni-spedizioni di 3-10 giorni. "I nostri tre principali settori d'attività sono gli 'incentives', la formazione per consolidare lo spirito di gruppo per il personale delle imprese e il turismo orientato alle famiglie." E funziona: Iter Laponicum ha 200-250 clienti l'anno, soprattutto tedeschi e svizzero-tedeschi. "Abbiamo clienti praticamente tutto l'anno e un terzo della clientela ritorna varie volte", precisa Bernhard, che per testare il mercato alcuni anni or sono aveva noleggiato uno stand

espositivo al Salone del Turismo di Berlino costruendovi una vera capanna con tronchi d'abete, trasportando addirittura parte del legname necessario dalla Svezia! "In quell'occasione abbiamo riscosso un enorme successo. Il problema era che dovevamo dire alla gente 'lasciateci il vostro indirizzo e vi contatteremo' perché non avevamo ancora iniziato l'attività, non avevamo ancora fatto nulla!"

European Wilderness Challenge

"LEADER è l'elemento che ci ha permesso di operare in rete e la gara consoliderà i contatti avviati dall'iniziativa comunitaria." Queste sono le parole di un altro Sami: Roger Rimpi, membro supplente del "Sametinget", il Parlamento sami svedese (*), nonché proprietario di un posto di sosta nel punto in cui la strada 45 Arvidsjaur-Jokkmokk oltrepassa il circolo polare artico. La "gara" è la "TEO" ("The Endless Odyssey"/L'Odissea senza fine), 650 km da percorrere a piedi e a cavallo, senza l'ausilio di mezzi a motore, dal Mar di Norvegia al Golfo di Botnia, "una formidabile occasione per pubblicizzare la regione all'esterno, ma anche una formidabile opportunità per collegare in rete le collettività locali", concorda Kristina Öhman.

Allo scoperta di una cultura: Lennart Pittja riceve i visitatori nella sua "lavvu"



Fasi fondamentali del progetto "European Wilderness Challenge"

1989: Prima edizione del "Raid Gauloises" in Nuova Zelanda.

1993: Incontro a Bruxelles dei gruppi Western Isles e Skogslandet in occasione di un'edizione di "Directoria". L'incontro porterà ad una prima cooperazione LEADER nel settore del telelavoro.

1994: Prima edizione del "Western Isles Challenge" in Scozia.

1996: Terza edizione del Western Isles Challenge - il gruppo LEADER scozzese constata la necessità di creare un circuito di gare multisport associandosi ad altre zone europee. Skogslandet è chiaramente un partner ideale.

1997: Il GAL greco Kalabaka-Pyli (Tessaglia) si unisce ai gruppi LEADER scozzese e svedese.

Novembre 1997: Incontro dei tre partner in occasione del convegno LEADER di Bruxelles.

Maggio 1998: Riunione dei tre partner, nelle Isole Ebridi, in presenza di esperti internazionali del settore delle gare d'avventura, delle sponsorizzazioni e dell'organizzazione di manifestazioni.

Luglio 1998: Riunione dei tre partner in Svezia - 7 squadre scandinave partecipano ad una prima gara campione di 400 km sul territorio di Skogslandet.

Settembre 1998: Riunione dei tre partner in Grecia.

Maggio 1999: Nuovo incontro dei tre partner nelle Isole Ebridi.

Luglio 1999: "TEO 99", prima gara d'avventura a Narvik-Luleå (650 km).

Dal 1996, infatti, la zona di Skogslandet partecipa ad un progetto di cooperazione con il gruppo LEADER scozzese Western Isles (***) e il GAL greco Kalabaka-Pyli (si veda il riquadro). L'obiettivo consiste nel creare un circuito europeo di gare d'avventura, denominato "European Wilderness Challenge", in un'ottica di sviluppo locale.

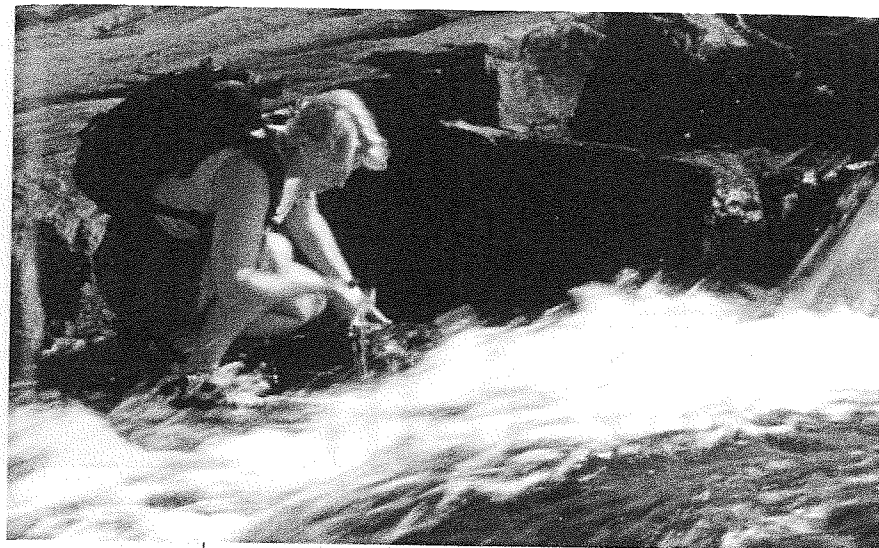
La "gara d'avventura", nota anche come "competizione multisport" o "gara-spedizione", è una formula ideata all'inizio degli anni '80 in Nuova Zelanda. Il "Raid Gauloises", che si svolge ogni anno dal 1989 in una zona sempre diversa (sino ad oggi soprattutto nell'emisfero australe), e l'"Eco-Challenge", organizzato dal 1995 da un'emittente televisiva, sono le due prove internazionali di riferimento in questo campo, ma l'interesse per le attività che abbinano prove in varie discipline sportive continua a crescere ed ogni anno vengono create nuove gare. Queste competizioni prevedono sempre l'attraversamento senza mezzi motorizzati di un territorio selvaggio, più o meno esteso, disseminato di località da "conquistare" e vari ostacoli da superare: montagne, gole, fiumi, ghiacciai, grotte, ecc. È chiaro che si tratta di una disciplina particolarmente esigente sia sul piano fisico che psicologico, riservata a sportivi multidisciplinari di alto livello, che si annoiano con le "semplici" maratone. Ed è altrettanto chiaro l'interesse per questo tipo di manifestazione della "Regione delle Foreste" che vanta, a tale proposito, eccellenti potenzialità.

I partner scozzesi organizzano dal 1994 un "Western Isles Challenge": la manifestazione, che accoglie sino a 300 partecipanti, atleti ma anche "gente comune" alla ricerca di emozioni forti, prevede un percorso di 6 o 7 giorni nell'arcipelago delle Isole Ebridi. Dopo tre edizioni della gara, tuttavia, il gruppo LEADER scozzese ha notato

che la manifestazione era minacciata dalla concorrenza di altre aree del mondo e ha cercato partner interessati a creare una competizione analoga sul rispettivo territorio, in modo da poter offrire in Europa una prova multisport suddivisa in tre sezioni. Skogslandet in Svezia e Kalabaka-Pyli in Grecia hanno risposto all'invito.

Nella zona Skogslandet opera Erik Ahlström, un noto operatore turistico che organizza attività "multisport" e che si interessava di gare d'avventura già nel 1990. Nell'estate del 1998 egli ha organizzato una prima gara di prova di 400 km, alla quale hanno partecipato 7 squadre della Scandinavia. Questa versione iniziale della gara, che ha riscosso un grandissimo successo, ha permesso di mettere a punto la prova di alto livello - la TEO propriamente detta - in termini di logistica, suddivisione delle tappe, sicurezza, ecc.

Questa prima gara campione ha inoltre permesso di sensibilizzare i comuni sull'importanza della manifestazione, garantendo anche, per il 1999, il sostegno di importanti sponsor del settore pubblico e privato: l'Ente turistico svedese, un'industria automobilistica, una grande azienda che opera nel settore della telefonia, ecc. I costi per l'organizzazione dell'edizione 1999 della TEO (circa 212 000 EUR) sono stati infatti finanziati al 50% da LEADER e al 50% dal settore privato, mentre l'Ente turistico svedese si è assunto le spese di gran parte delle attività promozionali internazionali e la Contea di Norrbotten ha finanziato le riprese per un documentario sulla manifestazione. "Secondo i nostri partner scozzesi, la copertura mediatica in Scozia della traversata delle Ebridi equivale ad una campagna pubblicitaria di 6,7 milioni di euro", sottolinea Frederik Broman, responsabile del progetto TEO.



Un'acqua pura per spegnere la sete...

Dal 25 al 31 luglio 1999, le 10 squadre di Svezia, Finlandia e Stati Uniti che hanno partecipato all'"Odissea senza fine" hanno attraversato la Lapponia, dal Mar di Norvegia al Mar Baltico, effettuando in 7 giorni un percorso complessivo di 650 km che prevedeva, in ordine cronologico, prove nelle seguenti discipline sportive: canoa, arrampicata, speleologia, attraversamento di un canyon in cordata, alpinismo, mountain bike, draisina, nuoto, marcia di orientamento in palude, equitazione abbinata ad una corsa campestre, percorso a ostacoli, canottaggio e, infine, rafting. E scusate se è poco! L'edizione 1999 della TEO ha inoltre permesso di testare un'altra sezione fondamentale della manifestazione: l'organizzazione di "mini-gare" locali di 24 ore che si svolgono in parallelo alla TEO. La prima competizione "off TEO" si è tenuta quest'anno e si auspica di poterne organizzare altre a partire dal prossimo anno, in modo da permettere anche al grande pubblico di testare le proprie capacità. Perché, analogamente a quanto avviene per il Western Isles Challenge, anche in questo caso il coinvolgimento della popolazione (partecipazione sportiva ma, soprattutto, volontariato) e dei Comuni (sostegno logistico e finanziario) è un elemento fondamentale del progetto. L'intervento conclusivo spetta a Britta Jonsson-Lindvall, membro del consiglio di amministrazione del gruppo LEADER e di "Bykraft" (Forza locale), un'associazione di sviluppo alla quale partecipano 8 villaggi del Comune di Boden: "la gara rappresenta forse il nostro progetto più importante perché crea collegamenti con tutti i progetti turistici e culturali da noi sostenuti. Si tratta di uno strumento di animazione potentissimo, che mostra all'esterno e all'interno del territorio che abbiamo dinamismo e risorse, nel senso proprio e figurato del termine... E poi, durante lo svolgimento della gara per una volta siamo noi le star, non il centro dell'Europa!"

Indovinate il nome utilizzato per designare le gare locali di un giorno organizzate in parallelo alla TEO? "A.C.T." ("Arctic Circle Traverse" - Traversata del circolo polare artico). L'attraversamento del circolo polare artico è decisamente una cosa molto seria nella zona Skogslandet. <

(*) Con il termine "Sami" si definiscono gli abitanti originari della Lapponia ("Sapmi"). Questa denominazione è oggi preferita al termine "Lappone", attribuito a queste popolazioni nomadi dai coloni provenienti dal Sud, che può talvolta avere una connotazione peggiorativa. Si calcola che la popolazione sami sia oggi composta da circa 65 000 persone, di cui 40 000 in Norvegia, 17 000 in Svezia (6 000 nel Norrbotten), 6 000 in Finlandia e 2 000 nella penisola di Kola (Russia). Circa 2 000 Sami praticano ancora oggi l'allevamento delle renne. Analogamente alle popolazioni sami della Norvegia e della Finlandia, i Sami svedesi eleggono dal 1993 il proprio Parlamento ("Sameetinget"), un organo consultivo con sede a Kiruna, competente soprattutto in materia di affari culturali e diritti territoriali.

(**) Si veda LEADER Magazine n. 19.

LEADER SKOGSLANDET

Superficie del territorio: 42 760 km²
Popolazione: 41 337 abitanti
Finanziamento LEADER II: 4 560 000 ECU
UE: 1 310 000 ECU
Altri fondi pubblici: 1 310 000 ECU
Settore privato: 1 940 000 ECU

Skogslandet LEADER II AB
Box 100
S-942 22 Älvsbyn
Tel: +46 929 128 50 - Fax: +46 929 128 30 -
E-mail: Kristina.skogslandet@mbox301.swipnet.se



Antur Teifi

Cogliere le sfide del mutamento

"Mi ricorda l'acquisto del mio primo trattore?" esclama Sam Jones, seduto davanti allo schermo del suo computer, orgoglioso di mostrare i programmi di gestione che ha adattato alle necessità della propria azienda agricola. È il visitatore è impressionato da quest'uomo dalle mani callose che digita, da vero professionista dell'informatica, sulla tastiera del suo computer.

Sam Jones è uno degli 86 agricoltori che hanno seguito il corso in informatica organizzato nell'ambito di LEADER da Antur Teifi, l'agenzia di sviluppo e gruppo di azione locale per la valle di Teifi, nella parte occidentale del Galles.

Fondata nel 1979, Antur Teifi ("Impresa di Teifi") è una società per azioni senza scopo di lucro costituita da un centinaio di soci (ognuno dei quali detiene un'azione del valore di 1 LKE) rappresentativi della popolazione locale: imprenditori, coltivatori diretti, artigiani, funzionari, ecc. "All'inizio", spiega Wynford James, direttore di Antur Teifi, "eravamo soltanto un gruppo di persone preoccupate per la disoccupazione e desiderose di trovare soluzioni al problema dell'esodo dei giovani. Poco per volta ci siamo dotati di una struttura con il sostegno finanziario delle autorità nazionali e regionali. Era tuttavia necessario evitare di riprodurre servizi già esistenti e affrontare la questione dello sviluppo in maniera innovativa. Una delle prime azioni realizzate da Antur Teifi è stata l'organizzazione di corsi destinati alle donne che intendevano tornare a lavorare".

Regione in difficoltà a confronto con l'esodo dei giovani, la valle di Teifi, nel Galles, si dota degli strumenti umani, tecnologici e istituzionali per fronteggiare i mutamenti in atto e per affrontare, addirittura anticipare, il XXI secolo.

Fax Parallelamente ad altre azioni di formazione e di sviluppo integrato, Antur Teifi ha aperto nel 1984 un'agenzia di traduzioni, "Trosol", che rispondendo ad uno dei bisogni di questa regione in cui il 60% della popolazione parla il galles, ha permesso di sperimentare le nuove tecnologie della comunicazione. "Il successo iniziale di Trosol è dovuto in gran parte al fax, un apparecchio ancora poco diffuso nella valle all'epoca", spiega John Jones, direttore dell'agenzia e vicepresidente di Antur Teifi. "Il fax ci ha permesso di fornire traduzioni in tutto il Galles."

Dotata di strutture più efficaci, Trosol realizza attualmente i sottotitoli in galles o in inglese di trasmissioni televisive, a partire dalla sede sociale di Newcastle Emlyn, "capoluogo" della zona LEADER. Con i 4 uffici disseminati nel Galles, l'agenzia si è diversificata e offre oggi la traduzione in

altre lingue o altri servizi quali l'interpretariato o l'analisi dei bisogni linguistici delle imprese. "Trosol è stata la nostra prima esperienza diretta di creazione di impresa e di impiego delle nuove tecnologie", sottolinea Wynford James. "e una delle premesse per la creazione del centro telematico di Antur Teifi alcuni anni più tardi".

Centro telematico Negli anni '80, Antur Teifi ha partecipato al movimento di creazione delle incubatrici di imprese nel Regno Unito. Il gruppo è stato incaricato dalla Welsh Development Agency (Agenzia di sviluppo del Galles) e dalle autorità della Contea di Dyfed di creare a Newcastle Emlyn un parco di imprese, utilizzando il sito e gli edifici del caseificio locale appena chiuso.

Il "Parc Busnes" di Antur Teifi offre i tradizionali servizi di una società incubatrice: consulenza, studi di fattibilità, elaborazione di progetti, ricerche di finanziamento, accompagnamento, segretariato, ecc. Alcuni locali vengono messi a disposizione dei giovani imprenditori ma, in particolare, il parco dispone di un centro telematico estremamente sofisticato che comprende una sala di video-conferenze, un servizio per la progettazione grafica assistita da elaboratore e apparecchiature (videodischi) che permettono formazioni personalizzate. Queste strutture vengono regolarmente utilizzate dalle imprese locali.

Teletelavoro Tra i clienti del centro figura da poco l'amministrazione della Contea: una rete telematica permette agli impiegati di realizzare alcuni lavori a distanza. "L'obiettivo della Contea, i cui uffici sono situati ad una cinquantina di km, è di avvicinare i servizi alla popolazione", spiega Lynne Davies, responsabile del settore teletelavoro. "L'utilizzazione delle nostre installazioni evita agli impiegati e agli utenti lunghi e costosi spostamenti. Ciò vale per le pratiche di routine ma anche per casi più complessi. Prendiamo ad esempio un intervento dei servizi sociali: grazie al sistema integrato video-telefono, installato nelle cinque antenne locali di Antur Teifi nella zona, è possibile riunire a distanza la famiglia, lo psicologo e l'assistente sociale". Antur Teifi partecipa alla rete europea OFFNET, un'esperienza pilota di telematica in ambiente rurale tra partner britannici, tedeschi e austriaci. Sempre in merito al teletelavoro, il GAL collabora con i gruppi LEADER francesi Ouest-Aveyron e Lot-et-Garonne.

"Socializzazione" degli agricoltori Il settore agricolo è ancora estremamente presente nella valle di Teifi ed impiega attualmente un terzo della popolazione attiva. Incentrata essenzialmente sull'allevamento bovino (carne e latte), l'agricoltura locale è direttamente interessata dalla riforma della PAC e dagli accordi del GATT. "Erano urgenti azioni a favore della diversificazione agricola", spiega John Hughes, agente di sviluppo. "L'agricoltura rimane infatti la colonna portante dell'economia locale." Antur

questionario a 1.700 agricoltori. Alcuni agenti di sviluppo hanno avuto colloqui diretti con coloro che hanno risposto al questionario (oltre il 30%) e sono state organizzate riunioni informative. Tra le necessità evidenziate è apparsa prioritaria una formazione in informatica. "Gli agricoltori sono molto aperti ai mutamenti tecnologici", sottolinea John Hughes. "Sono passati dal cavallo al trattore e considerano attualmente il computer come un nuovo strumento in grado di migliorare la loro produttività. Il vero freno è piuttosto rappresentato dall'individualismo e la nostra azione, pertanto, si è sostanzialmente incentrata su quella che definisco la "socializzazione" degli agricoltori".

I corsi di formazione organizzati da Antur Teifi (iniziazione all'informatica e gestione delle imprese agricole) offrono agli agricoltori la possibilità di incontrarsi regolarmente e di scambiare le proprie opinioni in merito a progetti collettivi, sotto la spinta del gruppo di azione locale, si tende ad esempio ad attuare un dispositivo per la condivisione di macchinari agricoli e la creazione di una riserva di manodopera.

Un gruppo di lavoro (35 agricoltori) ha analizzato la questione della produzione vinicola. Le conclusioni tratte dal gruppo, argomentate da uno studio realizzato da esperti, sono sorprendenti: la viticoltura è un'attività complementare fattibile nel Galles...

Tra gli altri progetti collettivi presi in considerazione figuravano la produzione di biocarburante ma, riconosce Wynford James, "i risultati non sono stati conclusivi: le terre non si prestano a questo tipo di produzione."

Tast y Teifi La valorizzazione dei prodotti tipici è invece un'attività in pieno sviluppo. Una visita dei punti di vendita attuati da Antur Teifi permette di valutarne l'importanza: la varietà dei prodotti (formaggi, pesce, frutti di mare, marinate, marmellate, pasticceria, ecc.), la presentazione e la qualità dell'imballaggio sono impressionanti.

L'azienda agricola di Thelma Adams è un modello di vendita diretta in fattoria. Thelma, moglie di un agricoltore della zona, è una delle prime ad aver seguito il corso di formazione organizzato da Antur Teifi per le donne ed ha avviato nel 1987 un'attività per la produzione di formaggi di fattoria. Oggi ne fabbrica 9 tipi diversi che fa degustare ai visitatori in un locale allestito con cura: una decorazione rustica, pannelli che illustrano il processo di fabbricazione, sessioni di diapositive, ecc.

A suo avviso, l'attuale volume di produzione è sufficiente, la vendita diretta e il mercato locale assorbono ampiamente la sua produzione e i suoi formaggi si ritrovano persino da Harrods, il prestigioso negozio londinese. "Non riesco ancora a crederci", ricorda Thelma. "mi ero recata per incontrarli con alcuni campioni e avevo trovato l'accoglienza piuttosto fredda; dopo alcuni giorni mi hanno telefonato per ordinare diverse centinaia di formaggi!". E Thelma Adams aggiunge, "attualmente non è più la fabbricazione del formaggio il mio vero interesse, ma piuttosto"



zione del prodotto. Guardate, io stessa ho realizzato la grafica di queste scatole utilizzando il computer del centro telematico di Antur Teifi...".

Incoraggiato dal successo di produttori quali Thelma Adams, il gruppo di azione locale ha varato l'operazione "Tast y Teifi" (Il Gusto di Teifi), cui partecipano piccoli produttori agroalimentari associatisi per la creazione di una marca comune, mettendo a loro disposizione diversi punti di vendita e un materiale promozionale di qualità.

"Tast y Teifi" partecipa alle fiere e ai saloni locali e ha creato un cestino gastronomico che può essere venduto per corrispondenza. Nel 1992 e nel 1993 sono state realizzate due esperienze basate su un "cestino natalizio": il "cestino Tast y Teifi" propone in una confezione di lusso una scelta di formaggi presentati su un elegante vassoio in legno realizzato da un artigiano locale. *L'operazione ha riscosso un grande successo e abbiamo venduto 323 cestini natalizi*", precisa John Hughes. *Attualmente dobbiamo sviluppare la vendita per corrispondenza anche negli altri periodi dell'anno e LEADER partecipa alla costituzione di un elenco di clienti.*

Alcune cooperazioni sono state avviate con altri GAL e Antur Teifi, che partecipa al gruppo di lavoro "Valorizzazione dei prodotti agricoli" organizzato dalla rete LEADER, si accinge a commercializzare localmente il vino di Ribatejo Norte (Portogallo) e l'acquavite di Valle del Jerte (Spagna). Un'azione analoga a "Tast y Teifi" è attualmente in fase di realizzazione in materia di artigianato su richiesta della West Wales Makers, l'associazione regionale degli artigiani, che desidera attuare formule di commercializzazione collettiva. L'associazione fruitrice di un aiuto LEADER per la costituzione di una banca dati, la realizzazione di un'indagine di mercato e l'organizzazione di corsi in gestione.

Dinamica locale Tra gli altri campi di intervento privilegiati da Antur Teifi nell'ambito di LEADER è degno di nota un insieme di azioni denominato Community as an Enterprise Resource ("La comunità locale: vivaio di progetti"). Si tratta in particolare di sensibilizzare la popolazione allo sviluppo locale e di stimolare la volontà imprenditoriale tra i giovani.

Il GAL ha organizzato nella zona una decina di "serate porte aperte". Nel corso di questi incontri, cui hanno partecipato circa 500 persone, sono stati presentati i progetti sostenuti nell'ambito di LEADER nonché le attività e i servizi di Antur Teifi. Queste manifestazioni permettono al gruppo di "tastare il polso" della popolazione locale e di identificarne le necessità.

Questa strategia è inoltre completata da un programma radiofonico settimanale di un'ora trasmesso da un'emittente locale.

LEADER integra inoltre la missione del Development Board for Rural Wales ("Comitato di sviluppo del Galles rurale") a favore delle associazioni di volontariato locali: formalizzazione di progetti, istruzione di dossier, accesso a fonti di finanziamento, ecc. Questo lavoro ha già permesso di ottenere risultati concreti quali l'apertura di un centro di riabilitazione per persone un tempo affette da disturbi psichici e la realizzazione di un "audit locale" in un comune in difficoltà.

Inoltre, Antur Teifi organizza regolarmente campagne di sensibilizzazione nelle scuole: nel novembre 1993, ad esempio, 120 scolari di quinta elementare hanno partecipato ad una giornata speciale con laboratori tematici inerenti all'impresa e allo sviluppo locale ("Creare il proprio impiego", "L'impresa rurale", ecc.).

Esplorare le diverse possibilità "Siamo anzitutto prestatori di servizi, ma anche una struttura che permette la ricerca-azione", afferma Wynfford James. "Non tutti i progetti saranno un successo, alcuni hanno fallito, bisogna ammetterlo, ma dobbiamo esplorare tutte le vie possibili. La diversificazione agricola, le nuove tecnologie dell'informazione o il telelavoro sono potenziali vie per il futuro di una zona rurale periferica come la nostra. Disponiamo di taluni strumenti e abbiamo avviato un processo di sviluppo. Come si dice nel gioco del rugby, adesso dobbiamo trasformare la meta".

LEADER TEIFI VALLEY

Superficie della regione 1 448 Km²

Popolazione 50 000 abitanti

Finanziamento LEADER	1 650 000 ECU
UE	800 000 ECU
Pubblico	800 000 ECU
Privato	50 000 ECU

Antur Teifi

Teifi Valley Business Centre,

Aberard, Newcastle Emlyn,

UK-Dyfed SA38 9DB

Tel: +44 239 71 02 38 - Fax: +44 239 71 03 58

ALLEGATO 2

46 descrizioni di azioni tratte dal Repertorio "Azioni innovative di sviluppo rurale"

SERRA DE TRAMUNTANA (Baleari, Spagna)

Restauro di muretti a secco e di terrazze coltivabili



L'azione

Ripristino, con funzione dimostrativa, di circa 10 000 m² di "marges" (muretti a secco costruiti dagli abitanti) e delle terrazze corrispondenti che ha permesso di recuperare circa 193 230 m² di terrazze coltivabili. Ciò in funzione di tre obiettivi: rallentare l'erosione, evitare gli incendi boschivi e proteggere il paesaggio tradizionale. A causa delle forti pendenze (dislivello sino a 1 000 metri a meno di 1 km dal mare) queste colture sono possibili esclusivamente su terrazze sostenute da marges. Questi muretti svolgono pertanto un ruolo essenziale per l'economia e il paesaggio del territorio.

Elementi chiave

- > Restauro di un elemento essenziale dell'ambiente delle zone montane delle Baleari: i muretti a secco ("marges");
- > Recupero e rivalorizzazione delle tradizionali tecniche di costruzione, sostituite progressivamente dalle tecniche moderne (muretti in cemento con incrostazioni in pietra);
- > Funzione dimostrativa dell'esperienza che ha permesso una presa di coscienza in merito all'importanza della tutela del patrimonio rurale, anche nelle zone in cui l'agricoltura non è più la principale fonte di reddito;
- > Nuova mentalità dei giovani che in precedenza disprezzavano il mestiere di muratore specializzato in muretti a secco preferendo lavorare nel settore del turismo convenzionale.

Il contesto

Il declino e la perdita di vitalità economica delle attività tradizionali hanno drasticamente ridotto la popolazione attiva agricola e causato un progressivo abbandono delle terrazze, la cui scarsa redditività non ne giustifica la manutenzione. Dopo diversi decenni di abbandono, in alcuni villaggi il degrado di questi muri ha raggiunto un livello preoccupante: una volta crollato il muretto, la pioggia trascina a valle la terra e con essa spariscono il paesaggio tradizionale, gli alberi e la possibilità di praticare l'agricoltura. La vegetazione invade ciò che resta delle terrazze, aumentando i rischi di incendio.

L'abbandono delle attività legate alla manutenzione regolare dei marges ha inoltre provocato il declino della professione dei "mestre marger", muratori specializzati nella costruzione di questi muretti. Con essi erano praticamente scomparsi anche competenze tradizionali e l'utilizzo della pietra locale per l'edilizia: si andava pertanto sgretolando un aspetto legato non solo all'economia ma anche all'identità culturale locale.

Il punto di partenza

Negli anni '80 il Consiglio insulare di Maiorca ha cominciato a preoccuparsi seriamente per tale degrado. Nel 1985 è stata creata, in collaborazione con l'Istituto nazionale per l'impiego (INEM) e il ministero del Lavoro, una scuola-laboratorio per permettere ai giovani di seguire corsi di formazione sulle tecniche tradizionali di costruzione. La scuola ha avuto alcuni problemi iniziali in quanto i giovani si sono mostrati piuttosto reticenti verso questo settore. Attualmente, tuttavia, è in corso la terza annata di corsi (32 marges) e la scuola è oggi costretta ad adottare una lista d'attesa per le iscrizioni.

L'importanza di questa formazione è ulteriormente aumentata da quando si è constatato che le tecniche di costruzione moderne, sostituitesi alle tecniche tradizionali, erano inadeguate alle condizioni ambientali dell'isola. La richiesta di mestres margers continua pertanto a crescere.

All'inizio degli anni '90 è stato avviato un lavoro di inventario delle opere in pietra a secco presenti a Maiorca: dapprima gli antichi sentieri in pietra e quindi i muretti per le colture a terrazze. Tale inventario è tuttora in corso. Nella zona esistono oltre 20 milioni di m² di marges, di cui il 30% circa richiede opere di restauro.

Nel 1991 è stato varato, in particolare con il contributo di LEADER e con un finanziamento pubblico destinato ai lavori di restauro dei marges, un programma pilota per il "ripristino del paesaggio e dell'ambiente" mediante tecniche tradizionali.

Attuazione

Nel 1992 i responsabili del programma LEADER hanno organizzato una campagna per sensibilizzare gli abitanti al restauro dei marges, invitando i proprietari delle aziende agricole a presentare domande di sovvenzione. Complessivamente, la reazione è stata estremamente positiva, sebbene le entrate non giustificano il restauro di tali muretti in quanto l'agricoltura svolge ormai un ruolo marginale nell'economia dell'isola, prevalentemente basata sul turismo. I proprietari delle terre mostrano un orgoglio rinnovato che si esprime nella volontà di conservare il patrimonio. Pertanto, il restauro di questi muretti corrisponde ad un cambiamento di atteggiamento nei confronti del patrimonio piuttosto che ad una ricerca di profitti agricoli.

Un'équipe composta da un architetto comunale e da un esperto locale si reca presso ogni proprietario interessato per valutare la portata dei lavori necessari ed il costo dell'operazione. Viene definito un tariffario per metro quadro, in funzione dell'altezza del muretto e della disponibilità di pietre adatte a questo scopo (le condizioni per procurarsi la pietra sono infatti mutate: sebbene quest'ultima sia parte integrante del paesaggio, nuove norme ambientali ne vietano oggi l'estrazione in talune zone protette dell'isola, mentre un tempo la si trovava direttamente sul luogo di costruzione). A restauro ultimato, l'équipe tecnica si reca nuovamente sul posto per verificare la qualità dei lavori e dà il proprio accordo per il versamento della sovvenzione LEADER, pari al 35% del costo totale delle opere di restauro.

I proprietari di marges hanno partecipato ai lavori di ripristino, acquisendo così le conoscenze necessarie per garantire successivamente l'indispensabile manutenzione periodica dei muretti. Sono stati creati posti di lavoro per gli studenti della scuola-laboratorio e per altri giovani che avevano maturato un'esperienza professionale lavorando come apprendisti nei cantieri. L'operazione ha avuto un importante effetto dimostrativo: altri proprietari stanno attualmente restaurando i propri marges senza fruire di alcuna sovvenzione, con positive ripercussioni sull'impiego in tale settore.

Bilancio e fonti di finanziamento

L'investimento totale per il programma pilota è stato di 470 000 ECU. Il programma LEADER I (fondi comunitari e nazionali) vi ha contribuito al 35%, mentre il restante 65% proveniva da fondi privati. La partecipazione diretta di taluni proprietari alla preparazione del terreno e al trasporto delle pietre, ad esempio, ha contribuito a ridurre i costi delle opere di restauro.

Elementi innovativi per il territorio

Identità del territorio

Il mestiere tradizione di mestre marger, che rappresenta un elemento integrante dell'identità di Maiorca, è stato rivalutato agli occhi dei giovani: mentre la scuola-laboratorio ha dovuto condurre inizialmente una lunga campagna promozionale per trovare degli studenti, dieci anni più tardi è stato necessario creare una lista d'attesa per l'iscrizione ai corsi. I giovani hanno compreso l'interesse economico di questo mestiere e sono sensibili all'idea di preservare la cultura locale. I marges rappresentano il simbolo dell'intervento dell'uomo nella Serra attraverso il tempo. Ripristinarli significa rivalutare la cultura e l'identità dell'isola.

LA SERRA DE TRAMUNTANA

La Serra de Tramuntana (la tramontana è il vento del nord che soffia nella regione) è un'unità geografica composta da una catena montuosa (che culmina nel Puig Major de Son Torella a 1 445 metri) e da valli longitudinali fertili, collegate da finestre tettoniche. I 19 Comuni del territorio contano una popolazione di circa 80 000 abitanti. Mentre sul litorale si assiste ad un intenso sviluppo turistico, l'attività economica dell'entroterra è tradizionalmente incentrata sull'allevamento di pecore e la coltivazione dell'olivo, del mandorlo, del carrubo e della vigna.

Attività e occupazione

Il rilancio del mestiere di mestre marger ha creato nuove prospettive per i giovani. L'iniziativa ha inoltre contribuito allo sviluppo turistico valorizzando i marges e le altre costruzioni in pietra. La "Strada della pietra", un sentiero di 98 km che attraversa la Serra de Tramuntana da un'estremità all'altra, è destinata ad esempio a diventare un sentiero per escursioni a piedi di una settimana con tappe nei rifugi.

Sviluppo tecnologico

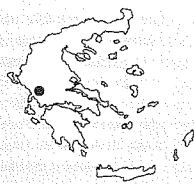
È stato dimostrato il valore economico delle tecniche tradizionali di costruzione dei muretti a secco, nonché la loro superiorità rispetto alle tecniche moderne per quanto riguarda l'impatto ambientale: i muri in pietra permettono infatti il drenaggio dell'acqua durante la stagione delle grandi piogge caratteristiche dell'isola, cosa che non avviene con i muri in cemento.

Contattare:

Antoni Colomar-Mari
Consell Insular-FODESMA
Tel.: + 34 71 17 36 38
Fax: + 34 71 14 36 40

AMVRKIKOS (Epiro, Grecia)

Sviluppo del turismo ecologico



L'azione

Sviluppo del turismo ecologico e partecipazione progressiva della popolazione alla valorizzazione del proprio ambiente, concepita come un'alternativa allo sviluppo dell'acquicoltura che minaccia l'equilibrio ecologico locale.

Fino agli anni '80, il delicato equilibrio dell'ecosistema di questa zona umida composta da lagune, laghi e paludi che serve da habitat o da area di riposo per specie ornitologiche selvatiche in via di estinzione era rimasto intatto e la pressione esercitata sull'ambiente naturale era stata relativamente limitata, nonostante alcuni lavori infrastrutturali. Tuttavia, a partire dagli anni '80, tale pressione è andata aumentando, soprattutto a causa dell'acquicoltura intensiva. Pur offrendo prospettive economiche, quest'ultima continua a costituire una minaccia per l'ambiente. Per questo motivo è stata proposta un'attività non tradizionale che preservi l'ambiente rilanciando al contempo l'economia locale.

Il contesto

Ricercatori e responsabili dell'assetto e della pianificazione territoriali sono stati i primi ad interessarsi alla tutela ambientale della zona. Da quando gli studi scientifici effettuati dall'università di Essen (Germania) e dall'ufficio studi Ecosot di Atene hanno messo in evidenza l'importanza biologica del delta e delle lagune, si è pensato che un flusso limitato di visitatori potesse permettere di sensibilizzare la popolazione locale in merito al valore ecologico della zona, apportando allo stesso tempo entrate integrative agli agricoltori.

L'idea è stata adottata dalle autorità locali che hanno proposto delle misure per arrestare o limitare l'allevamento e l'acquicoltura intensivi in determinate microzone sensibili. Ma quando alcune di queste attività, basate sui vantaggi relativi della zona, sono state vietate o limitate in nome della protezione dell'ambiente senza che venissero proposte soluzioni alternative, la reazione degli abitanti è stata negativa. Sono stati pertanto intensificati i lavori di informazione presso la popolazione e si è rivelato necessario elaborare una pianificazione a livello centrale e locale e ottenere delle sovvenzioni da fondi nazionali e comunitari per convincere la popolazione a mettere in valore, sostituendo le colture intensive, le risorse ecoturistiche della zona.

Il punto di partenza

Di fronte al dilemma "sviluppo economico o tutela ambientale" le autorità locali e nazionali decidono, nel 1985, di avviare un programma di sviluppo regionale: il "Contratto di pianificazione per lo sviluppo e la protezione di Amvrakikos", che viene firmato da 28 organismi pubblici (a livello nazionale: ministeri, camere del Commercio e dell'Artigianato, banche;

Elementi chiave

- > Introduzione di una politica di sviluppo duraturo in una zona rurale di interesse ecologico;
 - > Ricerca di un equilibrio tra la protezione di una zona sensibile e lo sviluppo economico;
 - > Valorizzazione ad opera della popolazione locale dell'ambiente, considerato come un fattore di sviluppo.
- Poiché l'idea che si possano creare delle ricchezze tutelando al contempo l'ambiente è piuttosto recente in Grecia, le iniziative economiche fondate sulla preservazione delle risorse naturali richiedono necessariamente un lungo periodo di "maturazione".

nonché enti locali e cooperative agricole). Di durata quinquennale, questo programma pilota è il primo programma nazionale a proporre, su una scala così vasta, una forma di sviluppo che tenga conto delle esigenze economiche, turistiche ed ecologiche.

La messa a punto del programma è stata affidata al Centro di programmazione e di ricerca economica (KEPE) e nel 1988, con la collaborazione di alcune cooperative, delle autorità locali, del rappresentante locale del governo centrale, delle banche agricole e della Camera del commercio, è stata fondata l'agenzia di sviluppo di Amvrakikos (ETANAM S.A.). Quest'ultima è incaricata dell'assistenza tecnica per l'attuazione delle iniziative previste e, in particolare, della valorizzazione dell'acquicoltura, del turismo "dolce" e dell'ambiente.

Attuazione

Nel 1988 l'ETANAM elabora un piano di sviluppo nel settore del turismo ecologico. L'idea è quella di permettere un certo sviluppo socioeconomico, definendo al contempo alcune zone di protezione. Si tratta di creare attività turistiche da attuare durante l'intera stagione e che permettano non solo di usare le risorse naturali a beneficio delle comunità locali, ma anche di preservare l'ambiente. Il piano prevede soprattutto un insieme di attività ricreative specifiche per la regione (gite sulle lagune e sui laghi, osservazione degli uccelli, pesca, feste in paese ecc.) e la creazione di percorsi di interesse ecologico, generale o specifico per la scoperta dei microbiotipi, la geologia, la biodiversità, le attività tradizionali e le particolarità storiche e culturali della zona. Poiché la presa di coscienza e l'adesione della popolazione sono elementi essenziali in questo tipo di approccio, l'ETANAM

si impegna nell'organizzazione di seminari destinati a informare gli operatori locali e a invitarli a partecipare all'attuazione del programma, nonché a sensibilizzare la popolazione sul valore dell'ambiente e i vantaggi dell'ecoturismo.

L'apporto finanziario del programma LEADER I ha permesso di avviare alcune azioni indispensabili all'introduzione di alcune attività:

- > ricerca dei potenziali mercati;
- > formazione generale nei vari paesi per sensibilizzare la popolazione;
- > formazione professionale di guide ecologiche e sensibilizzazione dei proprietari delle strutture ricettive in merito alle esigenze e alle aspettative dei turisti;
- > creazione di infrastrutture di accoglienza (camere da affittare presso privati, campeggi ecc.), costruzione di osservatori, segnaletica, installazione di apparecchiature scientifiche per i ricercatori;
- > informazione turistica: apertura di due uffici del turismo e realizzazione di un sistema di informazione sulla regione;
- > costruzione di capanne per l'osservazione delle specie ornitologiche;
- > allestimento di piccoli musei dedicati alla storia naturale e agli strumenti agricoli tradizionali, ripristino del vecchio porto.

Attualmente, i visitatori sono rappresentati soprattutto da scienziati provenienti da tutta Europa che si recano nella zona per partecipare agli incontri e ai lavori di ricerca organizzati sul posto, o giornalisti e fotografi, inviati speciali di organi di stampa o televisivi. Il grosso del lavoro a livello locale si svolge nelle scuole, per le quali è stato realizzato un programma di educazione ambientale e vengono organizzate, fin dal 1995, delle escursioni nella zona.

Benché i lavori infrastrutturali e lo sforzo di animazione intrapresi dall'ETANAM siano stati notevolissimi (il 55% dei fondi LEADER I è stato destinato a tali attività), le infrastrutture necessarie al funzionamento della rete ecoturistica proposta non sono ancora del tutto presenti. Si è ancor lungi, pertanto, dall'aver toccato i mercati potenziali (l'equipaggiamento delle strutture di accoglienza, di informazione e di osservazione, la segnaletica dei percorsi per escursioni e la fornitura di mezzi di trasporto marittimi e terrestri, che restano da realizzare, saranno finanziati dai fondi nazionali e da LEADER II).

Il progetto è ancora in fase di gestazione e il "prodotto tematico" non è ancora completamente a punto. Si noti, tuttavia, che il ritardo con cui i benefici economici di tali atti-

vità si fanno sentire crea un certo scetticismo presso la popolazione locale. L'ETANAM, d'altronde, consapevole dell'importanza di integrare nello stesso processo un'offerta di prodotti tradizionali (artigianali o agricoli), fa uno sforzo per informare e promuovere le iniziative in questo senso.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il bilancio principale di questa azione, che comprende 26 progetti, è stato sostenuto nel quadro dell'iniziativa comunitaria LEADER I. L'importo complessivo ammonta a 253 000 ECU, di cui 53 000 provengono da finanziamenti pubblici nazionali e 124 000 ECU da fondi comunitari.

Elementi innovativi per il territorio

Identità del territorio

Sebbene gli effetti diretti (creazione di impieghi e aumento delle entrate) di questo programma non siano ancora percepibili, gli effetti indotti lo sono: Amvrakikos ha destato l'interesse della comunità internazionale e la popolazione si è impegnata in un processo di scoperta e di valorizzazione del proprio ambiente.

Attività e occupazione

Piuttosto che il numero di attività realizzate, ciò che è innovativo in questo caso è lo sviluppo dello spirito imprenditoriale e il processo che spinge la popolazione a riflettere sulle iniziative possibili in un campo del tutto nuovo.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

Fino a poco fa la popolazione locale credeva che la protezione ambientale significasse "privilegiare gli uccelli rispetto agli uomini" o che l'ecoturismo volesse dire "ridurre lo sviluppo all'osservazione ornitologica". Attualmente, una parte della popolazione prende coscienza dei potenziali vantaggi del progetto e aderisce alle iniziative dei promotori del programma.

vazione è sempre intensiva: il settore primario (allevamento, acquicoltura, industrie agroalimentari) occupa circa il 56% della popolazione attiva della zona, una percentuale molto più elevata della media nazionale (29%). Un quarto della popolazione attiva lavora nel settore terziario (turismo di massa sulla costa occidentale e turismo di passaggio nell'entroterra) che rappresenta tra il 40-50% delle entrate locali.

Contattare:

Nicholas Dousias
ETANAM S.A.
Karyotaki 1
GR-48100 Preveza
Tel.: + 30 682 22 224 (26 104-5)
Fax: + 30 682 22 511

IL GOLFO DI AMVRKIKOS

Il golfo di Amvrakikos è situato sulla costa occidentale della Grecia e si affaccia sul mar Ionio. Nella parte settentrionale del golfo è raggruppata la maggior parte degli 85 000 abitanti dei dipartimenti di Arta e di Preveza, con 41 abitanti/km². Il territorio vanta un'interessante zona umida di 13 000 ettari composta da lagune, laghi e paludi, con una fauna e flora ricchissime in quanto la zona serve da habitat o luogo di riposo per varie specie ornitologiche selvatiche in via di estinzione. L'importanza del biotopo è riconosciuta a livello internazionale e la zona è protetta in particolare dalla convenzione Ramsar e dalla direttiva europea sulla protezione delle specie ornitologiche selvatiche. La regione vanta inoltre un ricco patrimonio storico e archeologico. La zona umida è circondata da terre agricole fertili, la cui colti-

GAELTACHT CORK (Irlanda)

"Earthcare" - Dal terriccio usato al compost biologico



L'azione

Nel 1993 un giovane particolarmente creativo ed intraprendente della zona di Gaeltacht (di lingua gaelica), nella contea di Cork, ha messo a punto un fertilizzante organico sfruttando gli scarti di una fungaia situata nelle vicinanze. Con il sostegno del gruppo d'azione locale LEADER (GAL), questo giovane ha potuto avviare un'impresa, la "Earthcare Organic Compost", per commercializzare il prodotto. Nei cinque anni seguenti, il fatturato dell'azienda è salito vertiginosamente in parte per l'aumento della domanda di prodotti biologici, ma anche e soprattutto per l'impostazione innovativa adottata dall'imprenditore per espandere la propria attività. Consapevole del rischio di offrire un solo prodotto alla clientela (in particolare i clienti di minore entità), il giovane decide di ampliare la propria gamma operando in franchising per un altro distributore di prodotti da giardinaggio. Questo accordo gli consente di soddisfare la domanda dei clienti ma, soprattutto, di instaurare rapporti commerciali reciproci che gli permettono di accedere a nuovi e più ampi mercati.

Contesto e punto di partenza

La coltivazione dei funghi è un'industria ad alto rendimento, estremamente intensiva, dove la durata di vita del compost utilizzato è estremamente breve a causa del fatto che i funghi raggiungono rapidamente il loro livello di crescita ottimale. Pertanto, i produttori di funghi buttano via grandi quantità di terriccio "usato" (circa 200 000 tonnellate l'anno nella sola Irlanda).

Nella regione di Coolea (contea di Cork), un giovane laureato in Agraria e specializzato in orticoltura, particolarmente creativo e ingegnoso, era venuto a sapere che una fungaia locale gettava il terriccio utilizzato. Prendendo in considerazione la possibilità di riutilizzare questi scarti, ricchi in composti organici, egli giunse alla conclusione che dopo un periodo di decomposizione e alcune fasi di trasformazione, questo prodotto di scarto poteva essere trasformato in un eccellente compost organico per giardinaggio.

Realizzando molteplici prove e tentativi egli mischiò quantità diverse di concimi naturali e fertilizzanti, creando un nuovo prodotto denominato "Earthcare", una miscela di terriccio per funghi usato, fertilizzanti organici e torba. Nel frattempo egli realizzò un'indagine di mercato per valutare la potenziale domanda e individuare i concorrenti. I risultati dello studio mostrarono che erano in commercio pochissimi terricci organici prodotti con questa miscela, ma che l'agricoltura biologica stava riscuotendo un successo sempre maggiore e che, di conseguenza, il mercato dei compost organici era in piena espansione. Con l'assistenza finanziaria del gruppo LEADER Gaeltachta, un investimento personale, un prestito e un leggero scoperto in banca venne creata nel 1993 l'impresa Earthcare, con sede presso il domicilio fami-

Elementi chiave

- > Invenzione di un processo che sfrutta i sottoprodotti di scarto di un'altra industria per produrre compost organico.
- > Sviluppo di una vasta gamma di prodotti e accesso a nuovi mercati grazie a rapporti commerciali reciproci con un altro distributore.
- > Utilizzo di una confezione particolarmente efficace e ricorso alla lingua gaelica per differenziare il compost biologico "Earthcare Organic Compost" dagli altri prodotti analoghi presenti sul mercato.

Attuazione

Avendo notato che la commercializzazione degli articoli da giardinaggio diventava sempre più sofisticata e che la presentazione e la confezione erano determinanti per il successo del prodotto, l'imprenditore decise di utilizzare la lingua irlandese e di ricorrere al talento artistico di un pittore della regione per realizzare l'imballaggio del prodotto, invece di optare per una formula commerciale più tradizionale. Il compost Earthcare venne così presentato in una confezione molto particolare, che lo contraddistingueva dagli altri articoli da giardinaggio.

I risultati dell'indagine di mercato mostrarono inoltre che i clienti più promettenti per questo prodotto erano i centri per il giardinaggio e le ferramenta, mentre i supermercati e i negozietti rionali potevano commercializzarlo solo nei periodi in cui si effettuano i principali lavori di giardinaggio. Il prodotto suscitò una buona risposta tra i consumatori e il continuo aumento delle ordinazioni indicò che il compost era destinato ad affermarsi rapidamente in questa nicchia di mercato. Poco dopo apparve evidente che per questioni di trasporto, redditività e servizio alla clientela, era necessario commercializzare una gamma di articoli complementari. I clienti, infatti, tendono ad acquistare quantitativi più ridotti, ma in maniera regolare, preferendo "un po' di tutto" ad un solo prodotto in grandi quantità. Al di fuori delle città pochissimi clienti potevano disporre di una gamma diversificata per i loro acquisti ed Earthcare colse questa opportunità al volo. L'imprenditore contattò un grosso distributore di Dublino per introdurre sul mercato della capitale l'Earthcare Organic Compost. In cambio, Earthcare avrebbe proposto nella propria zona vari prodotti del distributore. La gam-

ta da giardinaggio, attrezzi e ornamenti da giardino. Questo accordo si rivelò estremamente soddisfacente per entrambe le parti. Il distributore consegnava la merce direttamente presso i locali di Earthcare, trasportando poi a Dublino il compost destinato alla capitale.

Negli ultimi anni il servizio globale offerto da Earthcare, che ha permesso all'impresa di conquistare nuovi mercati, è diventato estremamente competitivo e l'azienda deve sviluppare continuamente nuove iniziative per conservare la propria quota di mercato. A tale proposito essa si è recentemente orientata verso i coltivatori commerciali mettendo a punto miscele su misura, in funzione delle esigenze specifiche del singolo cliente, a prezzi competitivi. Earthcare ha inoltre condotto un'importante ricerca sulle miscele biologiche per vivai, un prodotto che si tende ad importare nella contea. L'impresa auspica di poter commercializzare ben presto un proprio prodotto per questa nicchia di mercato. Le attività di ricerca tendono anche a ridurre la durata del processo di trasformazione del compost a partire dal terriccio usato nelle fungaie, processo che attualmente è ancora molto lungo. Questi studi hanno permesso di mettere a punto un processo che consente di fabbricare un concime per terreno pronto all'uso, senza alcun altro processo di compostaggio. Ciò contribuirà a ridurre gli scarti delle fungaie e la quantità di torba estratta dalle torbiere in Irlanda per la fabbricazione di concimi e terricci.

Nel 1998 Earthcare impiegava una persona a tempo pieno (il titolare) e tre dipendenti a tempo parziale (pari a 2 posti di lavoro a tempo pieno). L'impresa commercializza una ventina di prodotti, dei quali cinque fabbricati dalla casa. Questi ultimi rappresentano all'incirca il 25% del fatturato annuo di Earthcare, pari a circa 130 000 ECU. Le cifre dovrebbero aumentare poiché l'impresa sta conquistando nuovi mercati e sviluppando nuovi prodotti. Earthcare, tuttavia, ha avuto alcune difficoltà nel trovare nuovi punti di vendita poiché non è facile accedere al capitale, trovare punti di vendita disposti a immagazzinare un nuovo prodotto (non ancora testato sul mercato e proveniente da un fornitore sconosciuto), ma anche organizzare canali distributivi efficaci. Il successo sinora riscosso dall'impresa è dipeso innegabilmente dall'ingenuità e dalla motivazione dell'imprenditore, ma anche il GAL ha svolto un ruolo importante nell'espansione dell'impresa, sia sul piano economico sia in termini di assistenza. Bilancio e fonti di finanziamento

CORK GAELTACHT (Irlanda)

L'impresa Earthcare (in gaelico Cúram Cré) si trova nella parte di lingua irlandese della contea di Cork (Cork Gaeltacht-Mhúscraí), nel sud-ovest dell'Irlanda. Questa piccola parte della regione di Gaeltacht vanta un ricchissimo patrimonio storico, culturale e linguistico che la maggior parte dei giovani e degli anziani considera un bene unico e prezioso. Il declino delle zone rurali, dovuto ai problemi tipici delle aree che dipendono in gran parte dall'agricoltura, ha portato ad un netto calo della popolazione che si riscontra in particolare in questa piccola comunità di circa 3 150 persone.

Sino ad oggi sono stati investiti nell'impresa, essenzialmente per l'infrastruttura e l'attrezzatura, circa 58 000 ECU, di cui 13 000 ECU finanziati dal GAL LEADER.

Elementi innovativi per il territorio

Identità del territorio

Lo sviluppo di un prodotto biologico imballato in una confezione particolarmente attrattiva e l'uso della lingua irlandese favoriscono una positiva associazione di idee con la regione di Coolea, sia dal punto di vista ambientale che in termini culturali.

Competitività e accesso al mercato

La fabbricazione dell'Earthcare Organic Compost è nettamente più conveniente rispetto a quella dei concimi chimici. Sebbene le sostanze nutritive presenti in un concime chimico abbiano un rendimento iniziale maggiore, il compost biologico offre generalmente il vantaggio di avere un rendimento più duraturo. In Irlanda cresce la domanda di terriccio organico (si calcola che l'aumento nei soli centri per il giardinaggio sia del 5-10% l'anno), ma parallelamente aumenta anche la concorrenza. Per tale motivo l'innovazione rappresenta una parte integrante nelle attività quotidiane di Earthcare. Uno degli aspetti specifici dell'impresa è rappresentato dai contatti commerciali instaurati con grossisti e dettaglianti. Consapevole degli inconvenienti non trascurabili legati alla consegna di un solo prodotto, l'imprenditore si è affiancato ad un altro distributore presente in Irlanda e oggi ne commercializza i prodotti, ampliando la sua gamma. Grazie a questo accordo, l'impresa è in grado di offrire un servizio globale ai propri clienti, soprattutto ai dettaglianti delle zone più isolate. Questa collaborazione reciproca con il distributore ha inoltre permesso ad Earthcare di accedere a nuovi mercati.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

Earthcare Organic Waste viene fabbricato utilizzando un prodotto di scarto naturale delle fungaie, che verrebbe altrimenti gettato. La pressione della concorrenza ha obbligato l'impresa a sperimentare e a sviluppare altri prodotti e altri processi di lavorazione sfruttando questo terriccio di base.

(*) Il termine "Gaeltacht" indica le zone dell'Irlanda dove ancora si parla correntemente la lingua gaelica. La regione del Gaeltacht comprende ampie zone delle contee di Donegal, Mayo, Galway e Kerry lungo la costa occidentale dell'Irlanda, nonché ridotte porzioni delle contee di Cork, Waterford e Meath. In questa regione vivono complessivamente 86 000 persone.

Contattare

Mr Antaine O'She, Manager
Meithal Forbatha na Gaeltachta Teo
Baile an Fhéirtearaigh
Trá Lí
IRL-Co. Charraí
Tel.: +353 66 56400
Fax: +353 66 56199
E-mail: mfgciarrai@tinet.ie

GRAN CANARIA (Canarie, Spagna)

La gestione razionale della risorsa idrica come tema mobilizzatore



L'azione

L'approvvigionamento idrico rappresenta un elemento imprescindibile nella vita della Gran Canaria. La gestione di tale risorsa, scarsamente disponibile sull'isola, conduce, a lungo termine, ad operare scelte fra vari modelli di sviluppo possibili: sviluppare ulteriormente le infrastrutture destinate al turismo balneare, o viceversa, privilegiare la tutela ambientale e difendere gli stili di vita tipici dell'ambiente rurale insulare?

Il gruppo LEADER ha avviato un'azione di coinvolgimento e sensibilizzazione della popolazione volto a favorire lo sviluppo sostenibile dell'isola, proponendo, in via sperimentale, l'installazione di economizzatori per l'erogazione dell'acqua. L'apparecchio è stato promosso e introdotto da un privato. L'azione mira altresì a favorire il recupero dei valori e delle attività tipiche dei tempi passati (es. la coltura in terrazza), che nel corso degli anni hanno subito profonde alterazioni o sono stati del tutto abbandonati.

Elementi chiave

- > Obiettivo di gestione razionale di una risorsa naturale scarsa, agendo a livello della domanda.
- > Azione apparentemente semplice, che tuttavia mette in campo modelli di sviluppo e scelte riguardanti la società.
- > Rilevanti interessi legati ai rapporti fra città e campagna (concorrenza fra servizi urbani e agricoltura sulla problematica dell'acqua); utilizzo dell'ambiente rurale come laboratorio; coinvolgimento delle popolazioni urbane e rurali intorno al tema dello sviluppo rurale.
- > Tentativo di trovare una risposta a problemi legati alla privatizzazione di un servizio di base, di interesse collettivo.
- > Partnership fra settore pubblico e privato finalizzata all'attuazione di un progetto innovativo.
- > Sfruttamento di una nuova tecnologia come leva di mobilitazione sociale.

(attraverso i sistemi di irrigazione a goccia, in particolare) la scarsità d'acqua è cronica e si traduce via via con l'abbandono accelerato delle colture in terrazza, causando problemi di erosione del suolo e di degrado paesaggistico.

In ogni caso, il mantenimento dell'agricoltura non costituisce soltanto un problema ecologico ed economico. Infatti, l'abbandono delle attività agricole, anche di quelle più redditizie, da parte dei giovani dimostra che l'isola si trova di fronte ad un'evoluzione profonda della società locale. I valori urbani prendono il sopravvento sui valori rurali ancestrali; il rapporto dell'uomo con la terra si è modificato, il che rappresenta a lungo termine una minaccia per l'isola, data la grande fragilità ecologica del territorio e il ruolo imprescindibile dell'agricoltura per lottare contro la desertificazione.

Il punto di partenza

Nel corso di una formazione post-laurea in scienze ambientali presso l'università di Siviglia, un ingegnere industriale scopre l'efficacia di un economizzatore d'acqua; uno dei docenti è originario di Saragozza (Aragona), dove un apparecchio simile è stato introdotto su vasta scala e con esito molto positivo.

L'ingegnere ritiene che il procedimento possa presentare un notevole interesse per le Canarie: si tratta di un semplice apparecchio che, installato sui rubinetti, consente di aumentare la pressione dell'acqua erogata distribuendola sotto forma di getto diffuso. Tale accorgimento permette notevoli risparmi di acqua per gli usi domestici più correnti (lavaggi, doccia, ecc.). Ne consegue una riduzione media dei con-

Di ritorno alla Gran Canaria l'ingegnere tenta di convincere l'ente responsabile della distribuzione idrica di Las Palmas dei vantaggi derivanti da un tale sistema, ma riceve per tutta risposta che la compagnia non ha alcun interesse a vendere meno acqua, al contrario...

L'ingegnere si rivolge allora alle autorità municipali di Las Palmas, che dimostrano interesse ma che propendono per un'introduzione del sistema su piccola scala, in modo da verificarne l'utilità prima di lanciarsi in un investimento di grande portata. Da qui nasce l'idea di testare l'apparecchio in ambito rurale prima di trasferirne l'applicazione alla realtà urbana.

Dopo essersi scontrato con la reticenza di vari finanziatori, il promotore del progetto decide di rivolgersi al gruppo LEADER, che, al contrario, ravvisa in questa iniziativa un'opportunità di sensibilizzazione e coinvolgimento a favore dell'ambiente e dello sviluppo locale.

Attuazione

Il gruppo LEADER si mette allora alla ricerca di un comune rurale con una popolazione sufficientemente concentrata affinché l'esperienza possa essere trasferita all'ambito cittadino, ma neppure troppo numerosa, in modo che i risultati siano utilizzabili anche in un ambito rurale diffuso. La scelta cadrà sul comune di Teror (11 000 ab.), il cui centro abitato, selezionato come zona-test, conta 7 000 abitanti.

I vari attori avviano un ampio processo di concertazione che coinvolge il gruppo LEADER, le autorità municipali, l'azienda di produzione e di distribuzione degli economizzatori (creata dallo stesso ingegnere promotore del progetto), nonché varie associazioni e imprese locali. La partnership così costituita porta gradualmente all'attuazione di un progetto globale di gestione dell'acqua attraverso la domanda. L'azione comporta:

- > l'installazione vera e propria degli apparecchi, sia presso i privati che nelle istituzioni pubbliche;
- > alcuni impieghi a scopo dimostrativo per usi industriali o commerciali;
- > campagne di sensibilizzazione destinate alla popolazione locale;
- > corsi di formazione alla gestione razionale della risorsa idrica;

GRAN CANARIA

La zona LEADER Medianas y Cumbres de Gran Canaria corrisponde ai territori della Gran Canaria situati ad oltre 400 metri di altitudine, vale a dire il 63% della superficie totale dell'isola. Con i suoi 956 km², la zona LEADER conta 70 000 abitanti, ossia il 10% della popolazione isolana, che si trova prevalentemente concentrata lungo le coste. Con l'invecchiamento della popolazione e la crescita delle città, si è creato un forte divario fra ambiente rurale e urbano, mettendo in pericolo la sopravvivenza stessa dell'agricoltura e dell'allevamento. Ebbene, queste due attività svolgono un ruolo fondamentale nella conservazione dell'ambiente, in un territorio caratterizzato da una morfologia accidentata (i distlivelli possono raggiungere fino a 1 950 m) e da una flora assai povera.

- > corsi di giardinaggio e di manutenzione dello spazio che tengano in considerazione criteri di risparmio idrico;
- > uno studio/diagnosi completo sull'utilizzo e sulla gestione razionale dell'acqua;
- > un programma di tariffazione adeguato;
- > la diffusione dei risultati, sia presso il grande pubblico (giornali e radio locali), sia presso gli altri comuni della Gran Canaria.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il costo complessivo del progetto è di circa 64 000 EUR, finanziato per il 75% da LEADER II.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento e coesione sociale

Benché l'attuazione stessa del progetto sia soltanto in fase iniziale, l'azione ha già consentito di coinvolgere molte persone e istituzioni locali, inscrivendo così l'iniziativa all'interno di un obiettivo più ambizioso, che mira a coinvolgere tutti i responsabili e tutta la popolazione dell'isola.

Identità

Mentre la scarsità di risorse idriche nelle Canarie è sempre stata considerata un problema di offerta (piogge scarse, opere idrauliche incompiute, ecc.) questo progetto introduce, per la prima volta, una logica opposta, quella della gestione razionale della domanda. Nel tentativo di ridurre una domanda giudicata eccessiva, questo nuovo approccio introduce e suggerisce al consumatore un certo numero di comportamenti che non sono guidati soltanto da ragioni essenzialmente economiche ma che riguardano la relazione dell'uomo con lo spazio in cui vive e la tutela di quest'ultimo.

Attività e occupazione

Il progetto promuove nuove professionalità in ambito rurale: oltre all'azienda che produce e distribuisce gli economizzatori d'acqua (creata dal promotore del progetto), le attività formative, quelle legate alla gestione dell'acqua, ecc., sono tutte attività che mettono in campo nuovi know-how.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

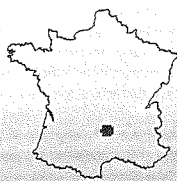
L'introduzione di corsi di formazione come il giardinaggio, l'educazione ambientale, la gestione dell'acqua, ecc., rafforzano la consapevolezza dell'importanza di questa risorsa, sia per mantenere vivo l'ambiente rurale che per lottare contro la desertificazione.

Contattare

Manuel Amador
AIDER Gran Canaria
C/ Queipo de Llano s/n°
Vega de San Mateo
Tel: +34 28 66 07 38
Fax: +34 28 66 07 08
E-mail: ader@infopalma.com

ALTA VALLE DELLA LOIRA E DEL MEZENC (Alvernia, Francia)

Archéo-Logis: un ponte tra ricerca e sviluppo



L'azione

In un territorio che vanta un ricco patrimonio archeologico, ricercatori e operatori locali agivano senza alcuna forma di collaborazione da circa 25 anni. Nel 1997, sotto la spinta di LEADER, la situazione è radicalmente mutata con la creazione del centro "Archéo-Logis", una struttura che abbina conservazione del patrimonio locale ed attività di ricerca, divulgazione e sensibilizzazione. Il territorio ha così fruito di un nuovo slancio, acquisendo inoltre una nuova immagine grazie allo sviluppo del turismo scientifico-culturale.

Elementi chiave

- > Eliminazione della compartimentazione tra ambiente scientifico e sviluppo locale, due settori con logiche d'intervento diverse.
- > Creazione di un centro di ricerca che favorisce tra i ricercatori un sentimento di appartenenza alla zona.
- > Trasferimento delle conoscenze scientifiche relative al patrimonio locale, con conseguente appropriazione di tali conoscenze da parte degli abitanti. Inseadimento in una zona rurale di attività scientifiche solitamente concentrate nelle aree urbane.
- > Nuova immagine del territorio mediante la diffusione delle conoscenze scientifiche correlate al patrimonio locale.
- > Apertura del territorio sull'Europa e sul mondo tramite l'università e la scienza.

Il contesto

I primi insediamenti umani nell'Alta Valle della Loira e del Mézenc sono antichissimi e risalgono ad oltre 90 000 anni fa. Il suolo vulcanico ha permesso di conservare le tracce dell'attività di questi uomini preistorici. La vallata può vantarsi, a giusto titolo, di possedere un patrimonio archeologico di particolare interesse.

Dal 1973 questo patrimonio era oggetto di vari studi archeologici realizzati nel quadro delle politiche francesi in materia di ricerca nell'ambito del CNRS (Centro nazionale della ricerca scientifica), ma non vi erano ripercussioni dirette sull'economia e lo sviluppo locale.

Inoltre, di fronte al calo demografico dell'area rurale di questa regione, gli operatori locali cominciavano ad inquietarsi per il futuro del loro territorio. La costituzione, nel 1992, di un consorzio intercomunale cui hanno aderito 19 comuni, diventato in seguito un consorzio misto di 26 comuni, manifestava la volontà dei poteri pubblici locali di trovare soluzioni congiunte. Nel 1996-1997 è stata realizzata un'ulteriore tappa con l'avvio del programma LEADER II che raggruppava 31 comuni. Per la prima volta è stato attuato a livello del territorio un approccio partecipativo che associa, nell'ambito di un'agenzia di sviluppo locale, una vasta gamma di soggetti locali pubblici e privati.

Il punto di partenza

Avendo deciso di valorizzare le risorse preistoriche e vulcaniche della zona utilizzando i lavori realizzati dai ricercatori, il gruppo LEADER (GAL) pensò di organizzare un incontro

iniziale con gli archeologi e l'associazione CDERAD (Centro dipartimentale di documentazione, studi e ricerca archeologici). L'azione doveva promuovere la collaborazione tra ricercatori e agenti di sviluppo per ideare e mettere a punto un progetto di turismo scientifico-culturale. Gli archeologi, che speravano di ottenere tramite il progetto risorse logistiche aggiuntive, si dichiararono disposti a trovare formule originali per divulgare i risultati di 25 anni di ricerca. A loro volta, gli operatori dello sviluppo locale intendevano utilizzare questo trasferimento di conoscenze per creare una nuova identità territoriale.

Attuazione

Per prima cosa, il GAL si è attivato per allestire le strutture di accoglienza destinate ai ricercatori e per mettere a disposizione di questi ultimi laboratori e locali idonei per il deposito del materiale raccolto accessibili al pubblico.

A tale scopo il GAL ha individuato un antico convento abbandonato. Il complesso degli edifici è stato messo a disposizione del progetto tramite una convenzione stipulata tra l'associazione CDERAD e il consorzio intercomunale. Parte del complesso è stata riservata ad un deposito destinato alla conservazione e alla catalogazione dei reperti preistorici o geologici rinvenuti durante gli scavi. Per la creazione di questo spazio è stato inoltre necessario stipulare una convenzione con la Direzione regionale degli Affari culturali in cui sono state specificate le funzioni di ogni partner.

I ricercatori, diretti da un archeologo principale, si sono impegnati a proporre al GAL un programma annuale per il tra-

sferimento delle conoscenze su temi da aggiornare costantemente, mentre la CDERAD si è assunta la gestione e l'animazione dei locali a disposizione. In base a queste premesse, nel 1997 è stato creato il centro di accoglienza. "Archéo-Logis" ha avviato le proprie attività nel 1998. Ben presto, la fama di Archéo-Logis ha oltrepassato le frontiere nazionali, portando alla realizzazione di un progetto di cooperazione transnazionale coordinato dall'Unità di cooperazione LEADER dell'Alvernia.

Bilancio e fonti di finanziamento

Nel 1998 il costo totale delle attività di animazione del centro ammontava a 44 275 EUR, ai quali si aggiungono 23 200 EUR per le spese di organizzazione di un convegno internazionale sulla tetrocronologia (datazione tramite lo studio delle ceneri). Tre principali fonti di finanziamento hanno permesso di sostenere le spese del progetto:

- > il CNRS ha finanziato il 37% delle attività di animazione e il 24% delle spese relative al convegno;
- > il consorzio intercomunale misto ha finanziato il 32% del costo complessivo dell'animazione;
- > LEADER è intervenuto coprendo il 28% delle attività di animazione e il 50% delle spese per l'organizzazione del convegno.

Alcune azioni sono state sovvenzionate dai Consigli regionali dell'Alvernia e dell'Aquitania, nonché dal ministero francese della Cultura. I programmi LEADER e LEONARDO hanno agevolato i tirocini in loco degli studenti.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

La creazione del centro Archéo-Logis ha modificato radicalmente i rapporti tra i ricercatori e gli operatori locali, stimolando un interesse reciproco delle parti:

- > oltre a proseguire i propri studi, i ricercatori e gli studenti collaborano attivamente alle azioni di divulgazione e sensibilizzazione del pubblico, conferendo così una nuova dimensione al loro lavoro;
- > il centro ha suscitato un crescente interesse degli agenti di sviluppo, poiché si è dimostrato in grado di affinare le loro conoscenze sul patrimonio locale. Questo viene oggi considerato una vera opportunità di sviluppo, fonte di reddito non trascurabile per il territorio. Nel corso del primo anno di attività (1998) le azioni realizzate dal centro hanno attratto complessivamente circa 2 000 visitatori, generando un incremento del 12-20% nel fatturato di alcuni alberghi.

Alta Valle della Loira e del Mézenc

Situata tra la Valle della Loira e il massiccio vulcanico del Mézenc (1754 m), questa zona LEADER del centro della Francia è costituita da 31 comuni (altitudine media: 1 000 m) e conta una popolazione complessiva di circa 20 000 persone. In questo territorio in declino, che dipende quasi esclusivamente dall'agricoltura, la popolazione è sensibilmente diminuita nel corso degli ultimi vent'anni, costringendo gli operatori e i funzionari locali a cercare forme alternative di sviluppo, soprattutto nel settore turistico. All'inizio degli anni '80 un vasto progetto per la costruzione di una diga sulla Loira, abbandonato per ragioni ambientali, aveva già contribuito a suscitare una prima mobilitazione in questo senso.

Attività e occupazione

Nel quadro dell'accordo stipulato per la creazione del centro sono state realizzate varie attività scientifiche, in particolare:

- > sono state portate avanti ricerche archeologiche propriamente dette, quali un'analisi scientifica dei reperti raccolti e la preparazione di monografie sui siti preistorici;
- > a richiesta vengono organizzate mostre, visite guidate e giornate di iniziazione e dimostrazione per gruppi. Nel 1998 sono state presentate al pubblico due mostre: una intitolata "Preistoria della pesca", l'altra "Immagini di uomini e vulcani". Nel 1999 è stata inoltre inaugurata una terza esposizione incentrata sulla "Caccia nella preistoria". Questi eventi possono essere trasformati in mostre itineranti;
- > nel 1998 sono state organizzate sei conferenze sulle varie branche dell'archeologia destinate agli esperti del settore, mentre altre quattro sono state realizzate nel 1999;
- > il centro ospita vari convegni internazionali. Il primo di questi ("Tetrocronologia e coesistenza tra uomini e vulcani"), organizzato nel 1998, è stato realizzato in collaborazione con l'ISPP (Unione internazionale delle Scienze preistoriche e protostoriche) e l'INQUA (Associazione internazionale per lo studio del Quaternario);
- > sono stati realizzati vari documentari, pubblicazioni e opuscoli destinati alla comunità scientifica o al grande pubblico.

Queste attività di turismo scientifico-culturale, realizzate sfruttando le risorse preistoriche e geologiche del territorio, aprono nuove prospettive di sviluppo per la zona.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

Oltre a svolgere una funzione di conservazione, la creazione di Archéo-Logis ha permesso di mantenere e valorizzare in loco il patrimonio archeologico della zona, evitando la fuga di questo capitale culturale nei musei delle grandi città. La ristrutturazione di un edificio storico abbandonato, difficile da riqualificare per altre funzioni, ha ulteriormente rafforzato il processo di valorizzazione del patrimonio locale.

Migrazioni ed inserimento sociale e professionale

Il centro ha favorito il trasferimento nella zona di ricercatori che partecipano al progetto. Inoltre, le attività del centro richiamano scienziati di tutto il mondo (70 ricercatori originari di 11 Paesi hanno preso parte al convegno del 1998) nonché studenti che, oltre alla loro attività di ricerca, vengono incaricati dell'accoglienza dei visitatori e di talune animazioni.

Contattare

Didier Bourdelin,
Groupe d'action locale de la Haute-Vallée de la Loire et du Mézenc
Mairie
F-43370 Solignac-sur-Loire
Tel.: +33 471 03 67 71
Fax: +33 471 03 12 77
E-mail: loirmez@es-conseil.fr

VINSCHGAU/VAL VENOSTA (Trentino-Alto Adige, Italia)

Creare una cultura della partnership laddove il contesto non si presta



L'azione

Creazione, in un territorio economicamente ben sviluppato ma nel quale la crescita è frenata dalla mancanza di consuetudini di cooperazione tra operatori, di diverse forme di partnership locale in base ad un metodo rigoroso, appositamente elaborato, nel rispetto dei seguenti principi:

- > promuovere le partnership informali, accettate più facilmente dagli operatori locali (riservandosi di ufficializzarle in seguito, una volta che questi vi siano preparati);
- > proporre partnership esclusivamente in merito a progetti che consentano la creazione di un reale e cospicuo plusvalore a breve termine, in particolare permettendo l'accesso a nuovi mercati;
- > assicurarsi della riuscita del progetto prima di avviarlo, organizzando se necessario attività di formazione preliminari "su misura".

Il contesto

La popolazione della Val Venosta è profondamente legata alla propria terra, ma l'eccessiva frammentazione delle aziende agricole non consente ai proprietari di vivere esclusivamente dell'attività agricola. Diversi fattori hanno portato ad una certa diffidenza dei produttori nei confronti delle varie forme di cooperazione: il sistema tradizionale di spartizione delle terre tra tutti i figli della famiglia, le attività essenzialmente a conduzione familiare, l'isolamento della zona, accentuata dalla differenza linguistica e culturale. La Val Venosta era pertanto considerata una zona refrattaria a qualsiasi forma di partnership tra produttori, in cui gli abitanti non tengono conto né accettano consigli ed aiuti provenienti da terzi.

Alcune esperienze di cooperazione indotte dall'esterno, tuttavia, hanno riscosso in passato un certo successo: nel 1970 è stata creata una cooperativa di frutticoltori e nel 1989 è stata istituita una cassa rurale.

Il punto di partenza

Ispirandosi a queste esperienze, e in particolare a quella della cooperativa di frutticoltori che aveva permesso di estendere la commercializzazione dei prodotti al mercato nazionale ed internazionale, dando un sostanziale impulso all'economia delle aziende agricole locali, i promotori dell'iniziativa tentano di applicare la stessa impostazione ad altri settori: turismo, artigianato, trasformazione dei prodotti locali, servizi ecc. La convergenza di diversi interventi è risultata decisiva nella fase di elaborazione del metodo:

- > sin dall'inizio, le autorità provinciali si sono dimostrate interessate alla messa a punto di un'impostazione di integrazione;

Elementi chiave

- > Metodo innovativo per l'organizzazione della partnership a livello locale;
- > Suddivisione delle responsabilità tra i finanziatori del programma, i responsabili della gestione e gli operatori socio-economici;
- > Organizzazione di partnership intersettoriali per quanto riguarda i prodotti locali, il turismo e il settore edile;
- > Organizzazione di corsi di formazione che consentano ai diretti interessati di incontrarsi, di lavorare insieme, di verificare la fattibilità del progetto collettivo.

- > fornendo elementi di analisi sulla regione, l'università di Innsbruck ha svolto il ruolo di catalizzatore nel lavoro di riflessione e di elaborazione dei metodi di sviluppo;
- > un agente di sviluppo è stato incaricato delle attività di animazione e dell'organizzazione delle partnership. Sin dall'avvio del programma LEADER I è stato così possibile elaborare un metodo comune e sono stati radunati tutti gli elementi necessari per garantire la riuscita del progetto.

a) La Provincia ha messo a disposizione cospicue risorse e sono stati creati dispositivi di prefinanziamento per poter rispondere rapidamente alle richieste dei beneficiari. Tale azione ha dato fiducia agli abitanti della valle.

b) Per favorire l'impegno degli operatori locali, sono stati definiti quattro livelli di partnership: 1) una partnership per il finanziamento (Provincia, Stato e UE); 2) una partnership per la gestione del programma (consorzio intercomunale); 3) il GAL, costituito dagli otto sindaci dei Comuni interessati, dai rappresentanti dei settori economici e dal coordinatore; 4) cinque gruppi di lavoro informali, tre dei quali incentrati sui principali settori di attività (agricoltura, turismo, artigianato) e due su questioni trasversali (formazione professionale, telematica). Questi gruppi, ai quali hanno partecipato gli operatori del settore o gli attori interessati dal tema trattato, hanno permesso di coinvolgere persone chiave in un lavoro collettivo di riflessione strategica, dal quale sono emerse idee di progetto.

- c) Per ciascun progetto sono stati definiti programmi specifici di formazione. Ciò ha consentito di preparare adeguatamente gli operatori partecipanti, ma anche di verificare che fossero presenti tutte le condizioni necessarie a garantire il successo del progetto, riservandosi di rinunciare in caso contrario.

Attuazione

Il metodo è stato applicato ad una serie di azioni che hanno consentito di instaurare partnership in uno stesso settore di attività.

- > Cinque albergatori si sono associati per promuovere congiuntamente i loro prodotti e offrire un servizio comune di prenotazione;
- > 8 macellai e 14 panettieri hanno organizzato congiuntamente l'acquisto delle forniture e le vendite dei propri prodotti;
- > 15 parrucchieri hanno seguito uno stesso corso di formazione professionale definendo insieme criteri di qualità;
- > 8 falegnami si sono uniti per commercializzare sui mercati esterni mobili di fattura locale che avevano ideato insieme;
- > 20 officine meccaniche si sono associate per creare un negozio comune di pezzi di ricambio e gestire congiuntamente i servizi di assistenza alla clientela;
- > 6 imprese operanti nel settore dell'elettricità e/o dell'idraulica hanno analizzato insieme i propri metodi di gestione e di amministrazione nel quadro di una formazione professionale comune.

Talvolta, la partnership attuata è stata molto più ampia, come ad esempio nel caso del consorzio Mosaik Tours, creato per ideare e promuovere prodotti turistici integrati al livello del territorio. Il consorzio ha permesso a otto associazioni del settore turistico e a 3 uffici municipali del turismo di cooperare.

Questo metodo ha inoltre portato all'attuazione di partnership intersettoriali:

- > alcuni imprenditori edili, falegnami, imbianchini ed elettricisti hanno creato un consorzio per "edilizia ecologica" (si veda la scheda corrispondente);
- > vari panettieri, agricoltori ed operatori turistici si sono associati per migliorare la qualità del pane locale (si veda la scheda corrispondente);
- > alcuni macellai, allevatori ed operatori turistici hanno partecipato ad un progetto per la produzione di carne d'agnello.

LA VAL VENOSTA

Zona dell'Obiettivo 5b, la Val Venosta corrisponde all'Alta valle dell'Adige. Si tratta di un territorio (839 km², 39 000 abitanti) con una forte immagine ed identità in quanto parte dell'Alto Adige, una regione italiana di lingua tedesca. Le catene montuose (vette tra i 2 000 e i 3 900 metri) che circondano la valle (900 metri) condizionano l'attività locale e la isolano in parte dai grandi circuiti turistici e commerciali. Il clima relativamente mite delle Alpi Retiche permette una produzione agricola diversificata (latte e prodotti ortofrutticoli), sebbene limitata a piccole aziende agricole. Anche il turismo e l'artigianato sono due settori economici molto sviluppati. Nella Val Venosta vi è la piena occupazione e la manodopera qualificata comincia a scarseggiare, tanto più che un migliaio

Infine, il metodo ha permesso di varare progetti per la gestione dello spazio ai quali ha partecipato l'insieme degli operatori, come ad esempio l'allestimento di una pista ciclabile che attraversa l'intera vallata. All'idea, proposta dagli albergatori, si sono opposti gli agricoltori che sino ad allora avevano riservato l'uso delle stradine di campagna ai loro macchinari agricoli. Ciò ha causato una certa esitazione da parte dei sindaci. Il problema è stato tuttavia risolto riunendo i diversi operatori interessati intorno ad una cartina della zona per decidere insieme il tracciato della pista ciclabile (che è stato definito soltanto in una fase relativamente avanzata del programma LEADER I, quando ormai tutte le parti erano legate a quest'ultimo da specifici interessi).

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

La costituzione di queste diverse partnership ha permesso di instaurare nuovi rapporti sociali: le famiglie, in precedenza relativamente isolate e ripiegate su se stesse, hanno iniziato a scambiare e a condividere idee e progetti, il che ha portato ad una migliore conoscenza reciproca.

Creazione di nuove culture e identità

Il successo del metodo porta a pensare che i responsabili del programma LEADER siano riusciti a suscitare una presa di coscienza collettiva che porterà ad un profondo cambiamento delle mentalità. È stata instaurata una nuova cultura della partnership, fondata sulla solidarietà e sulla collaborazione.

Competitività e accesso al mercato

Il metodo ha permesso di migliorare la competitività e la gestione dei mercati in tutti i settori di attività. In particolare, grazie ad un migliore controllo della qualità e ad un lavoro collettivo di promozione, si sono aperti nuovi sbocchi per i prodotti ed i servizi locali (accesso a mercati più lontani e più redditizi di quelli accessibili individualmente).

In conclusione, il metodo elaborato e attuato nel quadro del programma LEADER Val Venosta ha permesso di sbloccare una situazione che faceva di una regione relativamente sviluppata una comunità statica. Nella zona si va diffondendo una nuova cultura e si aprono nuove prospettive di sviluppo.

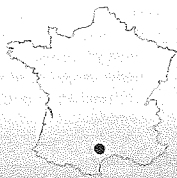
di lavoratori si spostano quotidianamente per andare a lavorare in Svizzera dove gli stipendi sono più alti.

Contattare:

Helmut Pinggera
LEADER Vinschgau / Val Venosta
Via Kugel 1
I-39020 Sluderno (BZ)
Tel.: + 39 473 61 55 00
Fax + 39 473 61 54 40

TARN DES MONTAGNES (Midi-Pyrénées, Francia)

"Rastrellamento" dei progetti



L'azione

Per il gruppo di azione locale Tarn des Montagnes, il "rastrellamento" consiste nell'organizzare per un breve periodo (di norma tre mesi) un'intensa animazione locale che permetta di individuare tutti i progetti o le iniziative potenziali, conferire loro una coerenza globale e fornire a ciascuno di essi un'assistenza tecnica personalizzata. Vengono presi in considerazione tutti i progetti individuati, a prescindere dalla loro natura e portata. Ne viene accertata la fattibilità e qualora esista la possibilità di fare ricorso ai dispositivi d'aiuto esistenti per ottenere un'assistenza tecnica, vengono immediatamente avviate le procedure necessarie. Il "rastrellamento" dei progetti viene realizzato su piccole zone geografiche denominate "spazi d'iniziativa". Nell'ambito di LEADER I sono state avviate sette operazioni di questo tipo.

Elementi chiave

- > Inventario sistematico dei progetti, delle idee di progetto, delle intenzioni e delle principali linee di sviluppo su un territorio limitato (da 4 000 a 20 000 abitanti), al fine di creare nuove attività;
- > Approccio che abbina, per un periodo di tempo limitato (tre-sei mesi), un ampio lavoro di animazione e missioni immediate di assistenza tecnica personalizzata;
- > Instaurazione di contatti tra i promotori di progetto per ottenere, se possibile, una condivisione delle idee per la creazione di progetti collettivi;
- > Parallelamente, adozione di un'impostazione a breve termine destinata a suscitare tutte le iniziative possibili e di un'impostazione più duratura al fine di attuare progetti collettivi e definire linee di sviluppo.

Il punto di partenza

Oltre a sostenere i progetti esistenti, il gruppo di azione locale intendeva permettere a qualsiasi idea di progetto, o a qualsiasi progetto ancora informale o poco noto, di farsi conoscere e di fruire del sostegno del programma. È stato pertanto avviato un lavoro di riflessione per trovare gli strumenti che consentissero di condurre, quanto più possibile sul campo, un lavoro di individuazione e di inventario delle iniziative. L'azione si fondava sull'idea che in ogni zona esistono, allo stato latente, diversi progetti e che la loro concretizzazione viene impedita da molteplici ostacoli, che possono tuttavia essere rimossi attuando un'azione volontaristica a livello delle imprese e della popolazione locale.

Inizialmente, l'università Tolosa-Le Mirail ha raccolto informazioni statistiche e realizzato interviste sul campo che hanno permesso di delimitare, nella zona LEADER Tarn des Montagnes, 14 "bacini di utenza" o "spazi di iniziativa". Queste micro-regioni sono organizzate intorno ad un centro principale in cui sono concentrati i servizi e i negozi, nonché i posti di lavoro.

Nella seconda fase, in ciascuna di queste micro-regioni è stata organizzata un'azione per individuare e censire le iniziative raggruppando nella zona, per un periodo di tempo limitato, gli strumenti di animazione, di comunicazione e di assistenza tecnica che consentono di "rastrellare" i progetti.

Nell'ambito di LEADER I, operazioni di questo tipo sono state organizzate in 7 dei 14 "spazi di iniziativa". Nella presente scheda vengono descritti in dettaglio due esempi: l'operazione della valle del Gijou, realizzata nel secondo semestre del 1992, e quella della valle del Thoré, attuata tra la fine del 1994 e l'inizio del 1995.

Attuazione

È stato istituito un gruppo di orientamento composto dai principali operatori economici, socioprofessionali e politici. Il lavoro per la costituzione di tale gruppo è essenziale: si tratta di riunire esponenti locali noti per le loro competenze e il loro impegno nella vita locale in grado di svolgere un ruolo trainante. Nella valle del Gijou (2 000 abitanti, 11 Comuni) il gruppo di orientamento era formato da 6 rappresentanti locali eletti e da 5 "leader" locali scelti per il loro dinamismo; nella valle del Thoré (20 000 abitanti e una forte tradizione industriale) il gruppo era composto da 8 dirigenti d'impresa.

Il gruppo di orientamento deve svolgere un ruolo motore e di coordinamento e garantire la coerenza dei progetti.

Un animatore viene messo a disposizione della zona per l'intera durata dell'operazione. Intorno al suo operato vengono mobilitati i tecnici che intervengono nella zona: agenti di sviluppo e tecnici delle camere del Commercio, dell'Artigianato, dell'Industria ecc.

Viene quindi organizzata una vasta campagna di informazione: a livello locale vengono proposte riunioni con i rappresentanti eletti, le imprese e gli abitanti interessati. Nel corso di tali incontri ognuno può esprimere il proprio punto di vista, le sue intenzioni in merito ad eventuali progetti di sviluppo o attività. L'attuazione dell'assistenza tecnica deve verificarsi con estrema rapidità poiché da ciò dipende la credibilità dell'impostazione. Nella valle del Gijou sono stati individuati una sessantina di progetti, una trentina dei quali, di tipo individuale (realizzazione di un'indagine di mercato, creazione di una confezione idonea per uno specifico prodotto, ammodernamento di un'officina, elaborazione di una

strategia per il servizio alla clientela, studio di fattibilità economica per un progetto di impresa), hanno potuto fruire di un accompagnamento immediato (di norma è trascorso un mese tra la formulazione della richiesta e l'offerta di assistenza tecnica).

Viene inoltre intrapreso un lavoro per arricchire i progetti, in particolare confrontando e analizzando le eventuali complementarità. Per ogni progetto a carattere strutturante, o di tipo più collettivo, viene istituito un gruppo di lavoro composto essenzialmente da tecnici. Nella valle del Gijou un gruppo si è occupato, ad esempio, dello studio di fattibilità di un progetto per l'allestimento di un treno turistico. Poiché l'analisi degli aspetti economici aveva evidenziato una redditività incerta, il progetto è stato abbandonato nella sua forma iniziale ma i binari della linea ferroviaria sono stati utilizzati per allestire circuiti destinati alle escursioni a piedi.

Nella valle del Thoré sono stati mobilitati 150 operatori economici e 20 progetti individuali hanno ottenuto un sostegno nel quadro del programma LEADER. Sono state varate 11 azioni collettive. Un gruppo sulle "professioni del settore della moda", a cui hanno partecipato una decina di professionisti (tessitori, tintori, fabbricanti di articoli di maglieria), ha cercato gli strumenti per accedere collettivamente o individualmente, alla grande distribuzione. Il lavoro consisteva nell'analizzare i meccanismi e le prassi d'acquisto in funzione delle insegne commerciali e quindi, per ogni gruppo di articolo, nell'individuare le potenzialità in funzione dell'offerta esistente. Sei imprese di questo settore hanno inoltre lavorato ad un progetto di "centro strutturato dell'offerta" per organizzare il marketing collettivo delle imprese interessate (settore tessile, pellame, maglieria, accessori, gioielli). Ciò ha portato alla creazione di un consorzio di 20 imprese, denominato "Griffé-Sud".

Bilancio e fonti di finanziamento

Ogni operazione di "rastrellamento" realizzata su uno "spazio di iniziativa" è costata all'incirca 100 000 ECU: 12 000-15 000 ECU per l'animazione locale attuata durante i tre-quattro mesi dell'operazione e 2 000-8 000 ECU per l'assistenza ai progetti individuali (una ventina in media). Un terzo del bilancio è stato finanziato dall'impresa interessata mentre i due terzi restanti dai fondi comunitari e dai cofinanziatori nazionali nel quadro del programma LEADER.

TARN "DES MONTAGNES"

La zona LEADER Tarn des Montagnes si estende su un territorio di 1 584 km² in cui vivono 61 400 persone. Il 50% della popolazione attiva lavora nell'industria. Questa zona di valli e contrafforti si è sempre contraddistinta per la sua grande cultura imprenditoriale, basata su alcuni settori di produzione (pellame, industria tessile, insaccati) e molteplici know-how tradizionali, sia artigianali che industriali, legati alla trasformazione delle risorse locali quali il legno, il granito, l'ardesia, il rame o l'acqua. A causa dei mutamenti industriali ed economici, vari settori sono confrontati da diversi decenni a sostanziali difficoltà ed alcuni di essi sono in fase di riconversione. Il programma LEADER si propone, tra l'altro, di mettere a profitto questa cultura imprenditoriale e di sostenere le iniziative che vanno emergendo.

Elementi innovativi per il territorio

La principale innovazione riguarda il metodo, che consiste nell'associare, per un periodo e un territorio limitati, un intenso lavoro di animazione e un'assistenza tecnica individuale nonché un sostegno ai progetti collettivi.

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Nelle 7 zone in cui sono state organizzate operazioni di "rastrellamento", circa 800 persone hanno partecipato a riunioni informative; un centinaio di rappresentanti locali, responsabili del settore associativo e dirigenti di impresa si sono impegnati concretamente in queste azioni.

Attività e occupazione

Complessivamente, le misure di accompagnamento hanno interessato 240 progetti (110 individuali) relativi all'insieme dei settori di attività della zona: trasformazione di prodotti locali, agriturismo, PMI ecc. Questi progetti hanno permesso di aumentare la vitalità economica di una cinquantina di imprese locali e di creare attività per 70 persone.

Competitività e accesso al mercato

L'intero processo è destinato ad assistere i promotori di progetto a gestire meglio il proprio futuro, fornendo loro gli strumenti per agire in uno dei seguenti campi: strategia di sviluppo, calcolo dei rischi, strumenti per la gestione del progetto, approccio marketing, strategia finanziaria, strumenti di comunicazione, controllo della qualità ecc.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

Un gruppo di lavoro "Ambiente-riduzione dell'inquinamento" ha analizzato il tema del riciclaggio dei rifiuti della depilazione dell'industria conciaria. Sono stati condotti alcuni studi relativi alla trasformazione in "prodotti di ammendamento organici" ed è stato possibile fabbricare dei prototipi. Per garantire il proseguimento di tale attività è prevista la creazione di un'impresa. Il gruppo di lavoro ha inoltre analizzato il problema dello smaltimento dei rifiuti dei maglifici. Attualmente è allo studio un processo di riciclaggio e una parte dei rifiuti potrebbe essere utilizzata come combustibile.

Contattare:

Danièle Laval
AGATE (Agence pour l'Animation du Tarn Economique)
13, avenue Albert-Ter
F-81100 Castres
Tel.: + 33 5 63 59 44 54
Fax: + 33 5 63 59 42 95

BALLYHOURA (Irlanda)

Partecipazione della popolazione alla pianificazione e alle diagnosi locali



L'azione

L'agenzia di sviluppo locale Ballyhoura Development Limited (GAL di Ballyhoura) ha incaricato un "Comitato consultivo comunitario" (CCC), nell'ambito del quale sono rappresentate varie associazioni locali, di strutturare la partecipazione della popolazione locale ai processi di sviluppo territoriale. L'azione consisteva essenzialmente nella ricerca e nella formazione degli animatori delle comunità locali, nonché nell'organizzazione, in ciascun paese, di una diagnosi condotta in collaborazione con la popolazione locale volta ad individuare le risorse e le competenze esistenti. Tali diagnosi hanno portato all'elaborazione e all'attuazione di piani d'azione a livello dei singoli paesi.

Elementi chiave

- > Messa a punto di metodi di animazione per indurre la popolazione ad impegnarsi nella raccolta e nell'analisi di informazioni relative alle risorse locali;
- > Elaborazione, in base ai dati ottenuti, di piani d'azione dettagliati a livello dei singoli paesi;
- > Sensibilizzazione della popolazione locale in merito all'importanza della "qualità" dello sviluppo e delle azioni destinate ai giovani e alle categorie più svantaggiate;
- > Riscoperta delle potenzialità esistenti per quanto riguarda la gestione dello spazio vitale e l'organizzazione delle risorse locali.

Il contesto

Nonostante il declino e la limitata diversificazione delle attività, la regione dimostra un certo dinamismo e la capacità di fronteggiare una situazione difficile. Come in altre parti dell'Irlanda, le comunità rurali si organizzano in gruppi di lavoro volontari e prendono forma iniziative cooperative, nell'intento di diversificare le attività e di ottimizzare le potenzialità in materia di ambiente. Il contesto è quindi favorevole al coinvolgimento della popolazione, sebbene questo non abbia ancora assunto la forma di un lavoro collettivo di diagnosi, di riflessione e di elaborazione di piani di azione locali. Questo è il compito al quale si accinge Ballyhoura Development Limited con il sostegno del programma LEADER.

Il punto di partenza

Una cooperativa per lo sviluppo del turismo rurale decide, due anni dopo la sua creazione nel 1986, di istituire la prima agenzia di sviluppo territoriale, Ballyhoura Development Limited, in cui siano rappresentati i gruppi locali e le organizzazioni pubbliche e parastatali. Lo sviluppo turistico in corso permette all'agenzia di affermarsi come struttura di sostegno allo sviluppo locale, basandosi su quattro elementi:

- > l'instaurazione di una partnership di qualità con le autorità locali, le imprese e le associazioni della zona;
- > la partecipazione effettiva della popolazione al processo di sviluppo, attraverso la creazione di strutture appropriate;
- > il reclutamento e la formazione di animatori che intervengono sul campo;
- > l'elaborazione di una pianificazione strategica.

Nel 1989 viene così creata una struttura formale di partnership tra associazioni o gruppi di volontari attivi nel territorio, struttura incaricata di discutere le questioni di interesse comune ma anche di orientare e di seguire le azioni di sviluppo sostenute da Ballyhoura Development Limited. Tale struttura verrà denominata "Comitato consultivo comunitario" (CCC). Dal 1989 al 1993, il comitato incentra il proprio operato su azioni volte a migliorare le modalità di partecipazione della popolazione e l'impatto del volontariato sullo sviluppo locale, orientando pertanto una serie di iniziative tra cui la formazione di animatori.

Nel 1993 viene deciso di realizzare una diagnosi locale delle risorse e delle competenze basandosi sulla rete di animatori e, per determinati compiti specifici quali la raccolta di dati, su vari volontari locali. Sono previsti gruppi di lavoro, nonché un programma di animazione a livello dei singoli paesi.

Attuazione

Per conferire una certa credibilità all'iniziativa agli occhi della popolazione, viene ricercata la collaborazione del dipartimento "Agribusiness" dell'Università di Dublino e di varie istituzioni locali e nazionali. L'università è incaricata di elaborare le tre sezioni dell'inchiesta: analisi della struttura familiare, censimento delle risorse umane e inventario delle risorse storiche, culturali, naturali e fisiche. Il Distretto aiuta a realizzare il censimento dei nuclei familiari, e ciò permette di ottenere una migliore rappresentatività. Il Teagasc (Istituto nazionale irlandese di ricerca e di formazione nel settore dell'agricoltura e dell'alimentazione) assicura l'accompagnamento del lavoro di pianificazione e di attuazione della diagnosi locale.

Vengono testati diversi metodi di animazione, tra cui sessioni informative, seminari e incontri di formazione, organizzati per permettere alla popolazione e agli informatori chiave di appropriarsi dei metodi di lavoro e suscitare negli abitanti il gusto della scoperta delle risorse e delle competenze. La diagnosi ha interessato complessivamente 45 paesi, ossia 21 777 persone, ed ha richiesto 3 065 ore di lavoro volontario, prestato da animatori, da "personalità" dei paesi e dagli informatori chiave. I dati ottenuti sono stati elaborati e inseriti in una banca dati e quest'ultima è diventata un prezioso strumento di pianificazione dello sviluppo locale. In tal modo è stato possibile ideare, in 30 delle 45 comunità locali, piani di sviluppo integrati, di durata compresa tra uno e cinque anni. L'accento è stato posto su qualsiasi aspetto che interessa la qualità della vita: spazi ricreativi per i giovani, alloggio, pulizia e bellezza dei paesi, servizi destinati alla popolazione, in particolare le categorie più vulnerabili. Da un punto di vista economico, tali piani offrono nuove prospettive di intervento per i gruppi di azione. Si prevede che essi intervengano nel processo di sviluppo della proprietà locale attraverso cambiamenti nell'utilizzo delle terre e del patrimonio edificato a favore di nuovi potenziali utenti, un superamento degli ostacoli che tali trasformazioni possono creare e lo sviluppo delle infrastrutture necessarie a livello locale.

Il successo della diagnosi locale ha permesso al comitato e a Ballyhoura Development Limited di ottenere la legittimità e il riconoscimento necessari per trattare questioni di interesse collettivo. Nel 1995, ad esempio, il comitato ha potuto elaborare un programma di animazione dei gruppi di operatori rurali, in cui gli imprenditori privati avevano un proprio ruolo da svolgere, basandosi sulle conclusioni della diagnosi secondo le quali uno dei punti deboli era rappresentato dalla mancanza di contatti tra le iniziative di sviluppo locale e le imprese. Sono stati così elaborati metodi di animazione specifici per permettere di stabilire tali legami e di armonizzare lo sviluppo locale e lo sviluppo del settore privato.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il costo totale dell'operazione ammonta a circa 44 000 ECU. Il costo del lavoro volontario è stato valutato a 7,2 ECU/ora, per un totale di 3 065 ore, equivalente a circa la metà del costo complessivo del progetto. Il restante 50%, rappresentato dall'assistenza tecnica fornita dall'Università di Dublino (12 000 ECU) e dal Teagasc (4 200 ECU), nonché dal coordinamento locale (5 500 ECU), è stato finanziato dal programma LEADER I.

BALLYHOURA

Ballyhoura, una zona rurale dell'entroterra dell'Irlanda, conta una popolazione di circa 37 500 abitanti su una superficie di 1 165 km². Il 4% del territorio è coperto da boschi e foreste. L'agricoltura e l'allevamento (latte e carne) sono le principali fonti di reddito e di occupazione poiché impiegano oltre il 40% della popolazione attiva. Gli altri settori economici sono relativamente poco sviluppati, sebbene da alcuni anni si assista ad un certo incremento del turismo: il suo contributo alle entrate locali è passato dallo 0,2% al 3% tra il 1986 e il 1995. Nel 1996 questo settore ha creato un valore aggiunto di 2,5 milioni di ECU.

La regione è soggetta ad una forte emigrazione, che porta ad una diminuzione della popolazione e alla scomparsa delle infrastrutture e dei servizi essenziali nei paesi (posta, negozi, servi-

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

- > La diagnosi è partita dall'idea che le comunità rurali devono contare innanzi tutto su se stesse per sviluppare le proprie potenzialità, unendo partecipazione locale e costituzione di partnership sociali ed economiche;
- > L'azione ha permesso di passare da una situazione caratterizzata da iniziative isolate e sparse per il coinvolgimento degli abitanti locali ad un contesto in cui gran parte della popolazione partecipa attivamente ad un processo di riflessione collettiva e di pianificazione locale. L'iniziativa ha destato l'interesse degli abitanti in merito ai problemi dei propri paesi e rafforza il senso di appartenenza ad una comunità.

Attività e occupazione

- > L'azione ha mobilitato nuove risorse umane a favore dello sviluppo locale. La raccolta di informazioni, in particolare, ha permesso di individuare le persone disposte ad impegnarsi a livello locale. Il successo della raccolta dei dati ha indotto la popolazione ad avere fiducia in se stessa, a credere alle potenzialità della propria regione e alla sua capacità di impegnarsi in un processo di sviluppo locale.

Migrazioni ed inserimento sociale e professionale

In una regione come quella di Ballyhoura, penalizzata dall'esodo rurale e da un declino dell'economia locale, in cui esiste tuttavia una certa partecipazione della popolazione, questo tipo di azione svolge un ruolo determinante, permettendo di conferire una dimensione collettiva al coinvolgimento esistente e di trasformarlo in una dinamica particolarmente creativa di nuove idee e di innovazioni. Resta da vedere se tale dinamica sarà abbastanza forte da offrire nuove prospettive di sviluppo e da consentire il rilancio del territorio.

zi medici e scolastici, ecc.). Attualmente, la densità media è di circa 30 abitanti/km² e le due cittadine principali, Charleville e Mitchelstown, contano meno di 3 000 abitanti.

Contattare:

Ballyhoura Development Limited
Carmel Fox
Kilfinane Co. Limerick
Ireland
Tel.: + 353 63 91 300
Fax: + 353 63 91 330

AGUIEIRA-DÃO E CARAMULO (Centro, Portogallo)

Trasformare l'immagine che i bambini hanno del proprio territorio



L'azione

L'iniziativa, intitolata "Le immagini dello sviluppo agli occhi dei bambini", è stata attuata per suscitare, attraverso il disegno, la partecipazione degli allievi delle scuole elementari al processo di sviluppo locale. In pratica, si è trattato di chiedere a circa 3 500 bambini delle scuole del territorio di esprimere, attraverso i propri disegni, l'idea che essi avevano della regione e del relativo futuro. Il contenuto dei disegni, individuali e collettivi, è stato oggetto di un'analisi che ha portato all'organizzazione di mostre locali ed internazionali, alla produzione di materiali per l'interpretazione dei disegni e di supporti didattici (libri, giochi, quaderni) destinati ai bambini, nonché ad un insieme di iniziative volte a valorizzare il ruolo dei bambini nello sviluppo locale.

Il contesto

Una delle cause principali dell'esodo rurale che colpisce la regione è la partenza sistematica dei giovani all'età del loro ingresso nella vita attiva. Ciò avviene per due motivi: la ricerca di un impiego (nel settore alberghiero e della ristorazione) per assicurarsi un tenore di vita migliore e il desiderio di proseguire gli studi. Solitamente, i giovani si trasferiscono in un'altra regione del Portogallo: Lisbona, Porto, Coimbra, lungo la costa meridionale e in Algarve. I trasferimenti all'estero sono più rari, avvengono in determinate stagioni ed in genere non durano più di 2-4 mesi. Nonostante le possibilità di impiego in loco, i casi di ritorno al paese natale sono rarissimi, a prescindere dalle ragioni della partenza. Ne risulta una perdita delle radici, anche presso i pochi che fanno ritorno, poiché i periodi vissuti all'esterno svolgono un ruolo determinante sotto diversi punti di vista: il lavoro, il matrimonio e i figli. Inoltre, il successo degli emigrati è sempre più apprezzato di quello degli abitanti rimasti nella zona.

In questo contesto, è apparso essenziale intraprendere un'iniziativa presso i giovani, e più in particolare presso i bambini, per rivalorizzare le prospettive di vita nel territorio stesso. Questo il compito cui si è dedicata l'associazione di sviluppo locale ADICES, costituita nel 1991, che gestisce un programma LEADER I.

Il punto di partenza

Durante una formazione "sul campo" in sviluppo locale organizzata ad Arganil (regione limitrofa), al quale hanno preso parte due animatrici dell'associazione ADICES, ai tirocinanti è venuta l'idea di proporre agli allievi delle scuole locali un concorso di

Elementi chiave

- > Coinvolgimento dei bambini a favore dello sviluppo locale;
- > Sviluppo del dialogo tra generazioni sui problemi legati al territorio;
- > A medio e a lungo termine, riduzione del flusso migratorio nella regione.

disegno sulla loro regione, per potersi rendere conto di come i bambini la percepivano e in quale modo desideravano che essa si presentasse in futuro. I risultati dell'analisi del contenuto dei disegni sono stati divulgati nel corso di un seminario destinato alla popolazione locale e agli organismi della regione. Poiché la zona di intervento del programma LEADER I dell'ADICES presentava una situazione analoga e molte similitudini con la zona di Arganil, i membri dell'associazione hanno trasferito l'esperienza nel proprio territorio, apportandovi tuttavia alcune modifiche e coinvolgendo, in particolare, un maggior numero di partner. Così è nata l'iniziativa "Le immagini dello sviluppo agli occhi dei bambini" che ha interessato la totalità degli allievi dei primi quattro anni di scuola elementare nei quattro cantoni della zona LEADER. L'azione è stata pianificata e coordinata dall'associazione ADICES, con la partecipazione diretta delle scuole elementari, delle delegazioni scolastiche dei Comuni, delle autorità locali, delle associazioni culturali e, naturalmente, degli insegnanti e degli allievi.

Attuazione

Inizialmente, l'associazione ADICES ha messo a punto gli orientamenti generali dell'iniziativa. Parallelamente sono stati instaurati contatti con la rete europea EGLEI (European Group for Local Employment Initiatives) che si è dimostrata interessata a ripetere questo tipo di esperienza in altri paesi europei.

In una fase successiva (all'inizio del primo trimestre dell'anno scolastico 1994-95) si è passati ad una pianificazione dettagliata dell'iniziativa in collaborazione con diverse équipe costituite a livello comunale.

Nella terza fase (fine del primo trimestre dell'anno scolastico), ossia nella fase di attuazione vera e propria, si è trattato di fare realizzare i disegni ai bambini, sia individualmente che collettivamente, con la collaborazione attiva degli insegnanti.

Nella quarta fase si è proceduto all'analisi del contenuto dei disegni, dalla quale sono emerse le seguenti idee principali:

- > la grande maggioranza dei bambini prevede una futura urbanizzazione del territorio;
 - > essi desiderano un quadro di vita più umano e alla loro portata;
 - > alcuni hanno una percezione profondamente pessimistica del loro territorio.
- Da questo lavoro di analisi sono successivamente scaturite le seguenti attività:
- > mostre di disegni, inizialmente a livello locale in occasione di altri avvenimenti, quindi in comune con altre regioni europee che avevano intrapreso un'iniziativa analoga e con le quali l'ADICES è in contatto tramite la rete EGLEI;
 - > produzione di diversi tipi di materiali elaborati in base alle idee espresse nei disegni (libri, giochi, quaderni ecc.) e distribuzione gratuita di tali materiali ai bambini che avevano partecipato all'azione, alla popolazione in genere e alle istituzioni locali e nazionali;
 - > organizzazione di incontri e di dibattiti collettivi tra adulti e bambini sul futuro previsto e auspicato del territorio. I messaggi dei bambini, così come erano stati espressi nei disegni e nei dibattiti successivi, sono stati presi in considerazione per l'elaborazione del programma di intervento nel quadro di LEADER II. L'accento è stato posto soprattutto sulla manutenzione e la pulizia degli spazi, sull'allestimento di aree specifiche per attività ricreative, sulla rivalorizzazione dell'ambiente rurale, sui luoghi di incontro sociale tra le generazioni e sulla qualità della vita in genere, conformemente alle preoccupazioni e ai desideri formulati dai bambini.

Bilancio e fonti di finanziamento

L'iniziativa "Le immagini dello sviluppo agli occhi dei bambini" ha richiesto il lavoro a tempo parziale di un'équipe di due persone per quasi sei mesi, al quale si aggiunge il notevole contributo fornito dalle istituzioni e dagli abitanti della regione che hanno partecipato all'azione. La distribuzione

del materiale da disegno ai bambini, l'analisi del contenuto dei disegni, la produzione del materiale didattico-pedagogico elaborato in base ai disegni e l'organizzazione delle mostre e delle animazioni hanno comportato un costo globale di circa 150 000 ECU, di cui il 65% finanziato dal programma LEADER I.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Dando la parola ai bambini, avviando un dialogo con le altre generazioni e tenendo conto dei messaggi dei bambini nella concezione dei piani di sviluppo, l'iniziativa ha introdotto un elemento innovativo originale in termini di coinvolgimento della popolazione e di coesione sociale.

Identità del territorio

L'azione ha contribuito alla riscoperta della regione, dei suoi valori e delle sue potenzialità, spingendo in particolare i bambini a considerare il loro ambiente in modo diverso.

Migrazioni ed inserimento sociale e professionale

L'iniziativa era destinata a ridurre l'esodo rurale dei giovani prestando particolare attenzione ai bambini, avviando un dialogo con loro, migliorando il loro quadro di vita in funzione delle loro aspettative e dando loro un'immagine positiva della vita nella zona. L'azione ha pertanto analizzato le ragioni che inducono i giovani ad emigrare e, in particolare, i riferimenti culturali che giustificano tale esodo e che si radicano nella mente dei giovani sin dall'infanzia. L'operazione si inserisce decisamente in una prospettiva a lungo termine.

AGUIEIRA-DÃO E CARAMULO

La regione di Aguiéira-Dão e Caramulo, situata al centro del Portogallo, è costituita da montagne e piccole pianure facilmente accessibili in cui le colture si alternano a boschi e foreste. Le aziende agricole disseminate sul territorio, di piccole dimensioni (2 ha in media), sono piuttosto isolate e caratterizzate da una scarsa produttività.

La regione è soggetta ad un forte esodo rurale (calo della popolazione del 9% tra il 1981 e il 1991) che comporta un invecchiamento della popolazione e una certa desertificazione umana. La chiusura delle scuole e dei servizi locali, l'abbandono delle abitazioni e la generale riduzione delle attività sono, nelle campagne come nei principali centri, fenomeni frequenti.

Contattare:

Maria Moura / Regina Lopes
ADICES (Associação de Desenvolvimento)
Av. Dr. Sá Carneiro
Apartado 28
P-3440 Santa Combação
Tel.: + 351 32 88 20 13
Fax: + 351 32 88 20 30

EVROS (Tracia, Grecia)

Iniziativa pubblica e successivo passaggio al settore privato



L'azione

La strategia di sviluppo integrato adottata nella zona LEADER di Evros è una riproduzione del modello messo in atto a partire dalla fine degli anni '80 dal Comune di Tychero (2 500 abitanti). Essa è caratterizzata da due elementi:

- > scaturisce da una politica decisamente volontaristica da parte dei poteri pubblici locali;
- > si propone la creazione di nuove attività sfruttando gli aspetti complementari tra i vari settori e/o i punti di forza del territorio: agricoltura, artigianato, turismo, cultura e ambiente.

Si tratta ora di "trasformare la meta" (LEADER I) e la grande sfida consiste nel fatto che il settore privato subentrerà all'iniziativa pubblica (LEADER II).

Elementi chiave

- > Debolezza del settore privato che impone l'attuazione di una strategia fondata sull'iniziativa pubblica;
- > Sviluppo integrato che privilegia gli scambi tra i vari settori di attività;
- > Nuovo dinamismo in un ambiente piuttosto disfattista in quanto è stato a lungo trascurato.

Il contesto

Il modello di sviluppo integrato messo in atto nell'intera zona LEADER di Evros deve molto alla volontà e al dinamismo del sindaco di Tychero, Christos Hatzopoulos.

Studente presso l'università di Perugia a cavallo tra gli anni '60 e '70, egli è rimasto molto colpito dal fenomeno della cosiddetta "Terza Italia" che vede le zone sfavorite del centro della Penisola svilupparsi grazie all'iniziativa locale e al dinamismo di piccole aziende a conduzione familiare organizzate in reti. A 25 anni egli torna a Filakto (500 abitanti), suo villaggio natale, del quale diventa sindaco nel 1978. Poiché la località è sprovvista di strade asfaltate e di rete fognaria, il Comune acquista i materiali, la popolazione si incarica dei lavori e due anni più tardi il villaggio dispone di una strada decente e di un sistema di fognature a scarico diretto.

Il punto di partenza

Nel 1984 il Parlamento ellenico vota una legge che incentiva, per ragioni di efficienza, il raggruppamento di piccoli Comuni. Convinto dei vantaggi di questa iniziativa, Christos Hatzopoulos sostiene attivamente l'annessione di Filakto a Tychero. Ciò avviene l'anno successivo, quando Tychero diventa il primo raggruppamento comunale realizzato in Grecia. L'operazione e il suo promotore attirano l'attenzione dei media nazionali.

Eletto sindaco della nuova entità amministrativa nel 1986, Christos Hatzopoulos sfrutta la notorietà acquisita per contattare, consultare ed invitare numerosi esperti e specialisti dello sviluppo locale a visitare Tychero e a partecipare all'elaborazione di progetti e, in occasione di serate informative, a convincere la popolazione della loro validità.

LEADER I offre al sindaco e ai suoi collaboratori i mezzi per realizzare le loro ambizioni: nel dicembre 1991 viene creata, in collaborazione con altri 10 enti locali e 3 cooperative agricole, un'agenzia di sviluppo ("Dimossineteristiki Evros S.A.") incaricata di gestire l'iniziativa comunitaria.

Attuazione

Il Comune mette a punto un piano di sviluppo incentrato su tre obiettivi: aumentare la produttività del settore agricolo (che occupa il 60% della popolazione attiva); migliorare la qualità della vita; creare nuovi posti di lavoro.

La debolezza del settore privato ha imposto l'attuazione di una strategia fondata sull'iniziativa pubblica, con successivo passaggio ad operatori privati. Qui di seguito vengono descritti due esempi:

- > nel 1990, il Comune incentiva gli agricoltori ad orientarsi verso la coltivazione degli asparagi per diversificare le fonti di reddito. Settanta produttori rispondono all'iniziativa e creano la "Cooperativa agricola di Tychero" che produce attualmente 200 tonnellate di asparagi all'anno, esportati nel Nord Europa. Il successo dell'operazione ha incoraggiato l'introduzione di altre coltivazioni, in particolare quella dei lamponi (si veda la scheda corrispondente);
- > nei dintorni del paesino, una vecchia palude è stata trasformata in lago artificiale. La zona ospita numerosi edifici ed impianti (centro culturale e ricreativo, piscina, albergo con 15 camere, caffetteria, parco-giochi ecc.). Sulla riva del lago sono stati costruiti anche 34 alloggi popolari, mentre poco lontano una vecchia tenuta agricola è stata riconvertita in "fattoria didattica" e maneggio equestre. È inoltre previsto l'allestimento di una marina.

L'integrazione dei diversi settori è un'altra caratteristica della strategia attuata a Tychero.

La creazione, sempre su iniziativa del Comune, di un "Centro dell'Artigianato e del Lavoro a domicilio" rappresenta un esempio concreto di integrazione di due settori di attività: numerose donne della zona, nella maggior parte contadine o mogli di agricoltori, completano il reddito familiare confezionando articoli in seta (tovaglie, foulard ecc.). Nel 1989, alcune di queste donne hanno fondato una cooperativa che, qualche anno dopo, conta già 115 soci. Il Comune di Tychero ha pertanto trasformato una vecchia scuola elementare in centro artigianale con una quindicina di telai e un punto vendita. L'investimento di 160 000 ECU è stato in parte finanziato da LEADER I.

Questa strategia è stata progressivamente riprodotta nelle varie parti della zona LEADER:

- > Il piccolo borgo di Feres (6 000 abitanti) possiede oggi un parco strutturato intorno ad un antico acquedotto (9 000 visitatori l'anno). LEADER I ha permesso di allestirvi sentieri per passeggiate e di costruire un anfiteatro, nonché un bar gestito dalla cooperativa femminile "Ekavi". Le 34 socie realizzano e commercializzano i prodotti artigianali più disparati: frutta candita, dolci tradizionali, ceramiche e tessuti. Luogo di incontro per le donne e le famiglie del villaggio, il bar funge anche da punto vendita dei prodotti della cooperativa;
- > l'agenzia di sviluppo di Evros sta creando a Soufil (località nota per le sue sete) una cooperativa di giovani la cui attività principale sarà rappresentata dall'organizzazione di soggiorni turistici di una settimana alla scoperta delle principali curiosità del territorio: zone archeologiche, centri artigianali ecc. Senza dimenticare le due maggiori attrattive naturali della zona: il delta di Evros e la foresta di Dadia (dove LEADER I ha partecipato alla costruzione di strutture ricettive turistiche);
- > l'isola di Samotracia è oggetto di un piano di sviluppo che integra la dimensione culturale, ambientale e turistica. Sono stati stanziati circa 1,8 milioni di ECU (di cui 1 milione nell'ambito di LEADER II) per lo sviluppo dell'isola. Gli interventi previsti riguardano la valorizzazione del patrimonio edificato, il sostegno agli operatori turistici, la promozione del territorio in Grecia e all'estero, la valorizzazione delle sorgenti termali (settore che il GAL intende sviluppare anche in altre parti della zona).

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Il disfattismo sembra ormai appartenere al passato e la politica volontaristica delle diverse istituzioni governative rende ottimisti i vari membri dell'agenzia di sviluppo per quanto riguarda il coinvolgimento del settore privato. Se LEADER I è stato essenzialmente sostenuto dall'iniziativa pubblica, il 70-80% degli investimenti previsti per LEADER II proviene dal settore privato.

I rivolgimenti della situazione politica internazionale hanno indotto migliaia di Greci che vivevano in Russia o in Georgia a fare progressivamente ritorno in patria, soprattutto in Tracia. Questi rimpatriati costituiscono uno dei principali gruppi ai quali è destinata l'azione del GAL. A Tychero, 14 famiglie sono interessate dall'operazione "lamponi". Altre due azioni condotte dal Comune le riguardano direttamente: la creazione della cooperativa di tessitura e la costruzione di nuovi alloggi popolari.

L'azione sociale è infatti un'altra preoccupazione primaria del Comune, che si fa carico del trasporto scolastico (una novità assoluta in Tracia), della medicina preventiva per gli anziani, nonché di alcune animazioni culturali e ricreative. Ai portatori di handicap sono altresì riservati degli impieghi comunali.

Attività e occupazione

L'impatto delle azioni di sviluppo è evidente: numerosi posti di lavoro sono stati creati grazie alle cooperative e alle altre imprese attuate; il reddito e il tenore di vita della popolazione sono visibilmente migliorati; si rileva un sensibile incremento dei visitatori, soprattutto stranieri.

EVROS

Situato all'estremità nord-orientale della Grecia (Tracia), al confine con la Bulgaria e la Turchia, il nome di Evros è una zona estremamente rurale e svantaggiata. L'ingresso della Grecia nella Comunità europea e la caduta dell'impero sovietico hanno contribuito ad una maggiore apertura del nord-est del paese verso l'esterno. L'"Egnatia", grande arteria europea in costruzione, permetterà di far uscire la regione dal suo isolamento. L'unico centro urbano importante è Alexandroupolis (70 000 abitanti), punto di accesso per i tre principali poli turistici della zona: il delta del fiume Evros, la foresta di Dadia (riserva ornitologica) e l'isola di Samotracia.

Contattare:

Dimitrios Karavassilis
Dimossineteristiki Evros S.A.
Ardanio
GR-68500 Feres
Tel.: + 30 555 24 644
Fax: + 30 555 24 646
E-mail: dimossin@compulink.gr

MARGEM ESQUERDA DO GUADIANA (Alentejo, Portogallo)

Una partnership locale che struttura la società civile



L'azione

L'associazione "Rota do Guadiana", una partnership locale che raggruppa il maggior numero di uomini e donne della riva sinistra del Guadiana, si è progressivamente trasformata in un "forum permanente per lo sviluppo locale". Tutti i Comuni e i principali organismi interessati dallo sviluppo della zona hanno aderito all'associazione. Quest'ultima ha elaborato una serie di strutture interne, formali o informali, territoriali o tematiche, che permettono di coinvolgere e di organizzare progressivamente la società civile e di dialogare con i poteri locali.

Elementi chiave

- > Strutturazione della società civile in un contesto carente dal punto di vista organizzativo;
- > Trasformazione dell'associazione in un "forum permanente per lo sviluppo locale";
- > Coinvolgimento delle risorse locali intorno a progetti di interesse collettivo;
- > Coinvolgimento permanente, grazie alla flessibilità e all'adattamento continuo dei metodi di lavoro.

Il contesto

All'epoca della creazione dell'associazione, l'Alentejo è ancora una società tradizionale poco strutturata in cui, ad esclusione dei poteri locali, regna un certo vuoto organizzativo. Tale situazione è dovuta a diversi fattori:

- > la struttura socioeconomica di questa parte del Portogallo è duale (minoranza di grandi proprietari terrieri, maggioranza schiacciante di braccianti agricoli e di contadini privi di terre, assenza di ceti medi);
- > nella regione non esiste praticamente alcuna impresa manifatturiera;
- > cinquant'anni di regime salazarista hanno lasciato un segno profondo nella mentalità degli abitanti ("Estado Novo" vietava ogni forma di organizzazione non statale della società civile).

A partire dal 1974, anno in cui è stata instaurata la democrazia, sono sorte organizzazioni di tutti i tipi (sindacati, raggruppamenti professionali, associazioni culturali ecc.), ma le pratiche di cooperazione inter-istituzionali sono ancora rare. All'esordio dell'associazione, la popolazione della riva sinistra del Guadiana aveva ancora uno spirito fortemente "localista", che si traduceva in una certa competizione tra Comuni.

Il punto di partenza

L'attuazione di LEADER I è coincisa con la nascita nell'Alentejo delle prime associazioni di sviluppo locale. Nel 1992, un agronomo e un medico decidono di creare un'associazione di sviluppo locale per la riva sinistra del Guadiana, alla quale aderiscono ben presto una decina di persone.

Prendendo atto delle difficoltà incontrate dai promotori dei

programmi LEADER I per coinvolgere la società civile e istituire strutture locali di partnership, i promotori hanno scelto di integrare nell'associazione, fin dall'inizio, il maggior numero di persone in modo che questa diventasse un luogo di dibattito permanente ("forum permanente dello sviluppo locale") e incoraggiasse la costituzione, in seno all'associazione stessa, di raggruppamenti formali o informali.

Attuazione

Alcuni mesi dopo la creazione dell'associazione è stata varata una campagna di adesione. In due anni, sono stati reclutati in tale modo 75 membri individuati, ai quali si aggiungono 8 soci collettivi (tra cui i Comuni). Alle attività partecipano anche vari non-aderenti. L'associazione è aperta a tutti, ma uno sforzo particolare viene compiuto in direzione di coloro che esercitano funzioni in seno alle istituzioni pubbliche, che hanno poteri di intervento e di animazione o che possiedono delle competenze in uno specifico settore.

- Parallelamente, e prima ancora di avere ottenuto sovvenzioni (il finanziamento LEADER II arriverà soltanto due anni dopo), l'associazione si è dedicata all'elaborazione di programmi di lavoro settoriali (turismo, artigianato, PMI) e alla creazione, al suo interno, di strutture informali tese a conservare un elevato livello di mobilitazione e di coesione interna. Sono stati così costituiti:
- > gruppi di lavoro tematici all'interno di una vasta équipe permanente (27 persone);
 - > un "nucleo d'azione locale" (NAL) per Comune;
 - > un consiglio consultivo per Comune per gestire il programma HORIZON;
 - > un consiglio consultivo a livello del territorio per il programma LEADER II.

Per ottimizzare le probabilità di successo, i responsabili dell'associazione hanno definito norme di intervento semplici: apertura sistematica ad ogni proposta di collaborazione; grande flessibilità per quanto riguarda le forme di partecipazione. Anche la circolazione dell'informazione in seno all'associazione (l'edizione di bollettini informativi interni ed esterni, per esempio) svolge un ruolo importante nel coinvolgimento delle persone e nella coesione globale.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Sono stati ottenuti ottimi risultati in termini di coinvolgimento e coesione sociale, laddove la situazione di partenza era particolarmente sfavorevole. L'associazione Rota do Guadiana fornisce in tale senso una risposta originale al problema della strutturazione della società civile in una situazione carente dal punto di vista organizzativo.

Le azioni condotte hanno peraltro permesso di integrare categorie emarginate della popolazione. Ad esempio, l'associazione ha aperto degli spazi di "riconoscimento sociale" dove i segmenti più svantaggiati della popolazione possono affermarsi. Coinvolgendo i giovani nella creazione della segnaletica dei sentieri turistici, per esempio, l'associazione ha fornito loro la possibilità di esprimersi, interessandoli al contempo allo sviluppo della propria regione. Iniziative di questo tipo sono inoltre state proposte agli anziani, ai portatori di handicap e ai gruppi femminili.

Attività e occupazione

L'associazione ha permesso di rilanciare antiche attività e di introdurre delle nuove. Essa ha organizzato tirocini di formazione impartiti da persone esperte nelle tecniche tradizionali (alcune sarte in pensione, ad esempio, hanno assicurato una formazione in cucito).

Poiché la cultura imprenditoriale è estremamente scarsa in questa regione popolata principalmente da ex braccianti agricoli, l'associazione sta creando varie imprese in campi considerati prioritari per lo sviluppo locale: organizzazione turistica, aiuti agli investimenti locali, centro rurale ecc.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

L'associazione ha permesso ad una serie di iniziative, che sino ad allora erano limitate al livello locale, di acquisire una dimensione regionale, ampliandone pertanto l'impatto e rafforzandone, a lungo termine, la fattibilità, senza rimetterne in causa né la natura, né il dinamismo. È il caso, ad esempio, delle associazioni per la tutela del patrimonio storico e naturale.

MARGEM ESQUERDA DO GUADIANA

Situata nella parte sud-orientale dell'Alentejo, tra il fiume Guadiana e la frontiera spagnola, la Margem esquerda do Guadiana (riva sinistra del Guadiana) si estende su una superficie di 3 780 km². La zona annovera cinque concelhos (Comuni): Serpa, Moura, Mourão, Barrancos e Mertola. Questa micro-regione presenta le medesime caratteristiche dell'insieme dell'Alentejo: zona di pianure dal clima mediterraneo, bassa densità di popolazione (13 abitanti/km²), struttura agricola dominata dai grandi latifondi, popolazione principalmente composta da braccianti agricoli, elevato tasso di analfabetismo. L'isolamento della riva sinistra del Guadiana, insieme alla povertà del suolo e all'assenza di risorse diverse da quelle agricole (ad eccezione del marmo), ne ha considerevolmente intralciato lo sviluppo. Da vent'anni l'esodo rurale

si sta accelerando, a causa della disoccupazione cronica, della povertà e dell'esclusione che colpiscono gran parte della popolazione.

Contattare:

David Machado
Rota do Guadiana
7 rua da Capalinhã
P-7830 Serpa
Tel.: + 351 84 538 48
Fax: + 351 84 538 60

SOUTH GWYNNED (Galles, Regno Unito)

La lingua locale: uno strumento al servizio dello sviluppo



L'azione

Più che un'azione vera e propria, si tratta di un mosaico di interventi convergenti tesi a conciliare la cultura, la lingua e il dinamismo economico ed imperniati principalmente sull'animazione locale, lo sviluppo del turismo culturale e la formazione. Alcune di queste azioni sono ancora in fase iniziale. Il capitolo "comunicazione", ad esempio, è sinora limitato a campagne di sensibilizzazione realizzate sotto forma di seminari.

Elementi chiave

- > La cultura e la lingua locali come catalizzatori dello sviluppo economico e strumenti per la creazione di nuovi posti di lavoro;
- > valorizzazione di elementi di identificazione "immateriali": la cultura, la lingua, la letteratura e la musica gallesi invece dei siti, del patrimonio architettonico o del paesaggio;
- > utilizzo di una "amenità" (il gallesse, lingua minoritaria) per sviluppare un turismo culturale originale e "al passo con i tempi".

Il contesto

Il South Gwynedd è caratterizzato da un forte sentimento di appartenenza alla cultura celtica e dal desiderio della popolazione di differenziarsi dalla vicina Inghilterra. Il bilinguismo (inglese-gallese) vi è ufficialmente riconosciuto: le due lingue sono richieste nell'amministrazione e sempre più spesso anche nelle imprese. L'insegnamento elementare viene impartito in gallesse, così come una parte dell'istruzione secondaria e perfino superiore.

Il 70% della popolazione è bilingue, di lingua materna gallesse. Ma la distinzione linguistica tra "anglofoni" e "gallesi" è raddoppiata da una distinzione economica e sociale: gli anglofoni sono per la maggior parte dirigenti di imprese o pensionati, mentre la popolazione di lingua gallesse, tradizionale fornitrice di manodopera per le miniere, è sottorappresentata nei settori economici portanti come il turismo.

Il riconoscimento ufficiale del bilinguismo è stato ottenuto dopo vent'anni di rivendicazioni. Nel corso degli ultimi cinque anni il sentimento regionalista si è d'altronde ulteriormente accentuato ed il governo centrale ha reagito creando il Consiglio linguistico gallesse ("Welsh Language Board"), incaricato di promuovere il bilinguismo e lo sviluppo del gallesse.

Il punto di partenza

Avendo adottato un orientamento decisamente di tipo "imprenditoriale", il gruppo che gestiva LEADER I si è riorganizzato in seno ad una nuova società, l'agenzia di sviluppo locale CYMAD, privilegiando l'approccio partecipativo in materia di sviluppo. A tale scopo, l'organismo ha basato la

propria strategia sulla valorizzazione del bilinguismo, reputando che ciò potesse contribuire alla creazione di impieghi nel terziario e, in particolare, nei settori del turismo e della cultura. Così facendo, la CYMAD si è fissata come obiettivo il rafforzamento dell'identità culturale e della visibilità della cultura gallesse, al fine di sviluppare un'offerta turistica specifica basata più sugli elementi immateriali della cultura (lingua, letteratura, musica) che sul patrimonio "materiale" (siti, paesaggi, patrimonio architettonico), sebbene ricchissimo, della regione.

Attuazione

Prendendo atto della "mancanza di spirito di iniziativa" locale, la CYMAD ha elaborato un programma coerente e progressivo.

L'agenzia di sviluppo ha finora realizzato (1996):

- > 12 diagnosi locali, nell'intento di misurare l'interesse delle popolazioni locali per un modo di affermazione dell'identità e della lingua, passando per lo sviluppo di prodotti turistico-culturali destinati ad una clientela interessata alle lingue e alle culture minoritarie;
- > una diagnosi della situazione turistica che ha confermato la predominanza sul territorio di un turismo balneare di massa (4 400 roulotte fisse) e di breve durata (12 settimane all'anno);
- > una diagnosi dei "vantaggi professionali" di cui dispongono i Gallesi per introdurre prodotti culturali. L'operazione ha in tal modo rivelato uno scarso interesse da parte degli albergatori e dei professionisti del settore per l'introduzione di una dimensione culturale nell'offerta turistica. L'iniziativa ha inoltre messo in evidenza lo squilibrio esistente tra il potenziale

- turistico locale, legato all'uso del gallesse, e il numero di professionisti di lingua gallesse operanti in questo mercato;
- > una diagnosi dei "vantaggi materiali" in materia di turismo (bellezza dei paesaggi dovuta alla prossimità della montagna e del mare, ricco patrimonio storico, attività culturali diversificate, importante infrastruttura alberghiera ecc.);
- > una ricerca di promotori di progetto, di interlocutori e soprattutto di volontari capaci di assumersi collettivamente la gestione di un nuovo prodotto, poiché la mancanza di iniziative individuali ha reso aleatorio, nelle fasi iniziali, il coinvolgimento degli operatori economici. Tale iniziativa, che ha permesso di costituire un "nucleo duro" di persone motivate, è stata una tappa preliminare in vista del coinvolgimento dei professionisti del settore, che in seguito sono stati oggetto di un lavoro di sensibilizzazione. Il metodo adottato consiste infatti nel formare e consolidare, attraverso sforzi concentrici, una prima rosa di iniziative culturali e turistiche basate sull'identità locale, per allargarla progressivamente al settore alberghiero professionale. Alcuni seminari di sensibilizzazione dovrebbero pertanto permettere di creare una seconda cerchia di progetti, proposti questa volta da albergatori disposti a promuovere la lingua e la cultura gallesi valorizzando le attività culturali del primo gruppo di iniziative;
- > l'organizzazione di un programma di formazione destinato ai potenziali promotori di progetto e ai giovani per superare gli scogli culturali che ostacolano lo spirito imprenditoriale;
- > l'organizzazione di seminari destinati ad indurre un cambiamento d'attitudine tra gli albergatori e ad evidenziare i possibili legami tra cultura, lingua locale e turismo.

SOUTH GWYNNED

Il progetto LEADER South Gwynedd interessa tre zone del nord e del centro del Galles: Meirionnydd, Dwyfor e Arfon. Questo territorio di 254,3 km², nel quale si trova il parco naturale di Snowdonia, conta 104 000 abitanti, ripartiti in piccole comunità. Il tasso di disoccupazione è del 12%, ma fluttua in funzione del carattere stagionale degli impieghi. Antica regione mineraria e estrattiva (ardesia), la regione è confrontata ai problemi tipici dei vecchi siti siderurgici in fase di riconversione. La chiusura recente di una centrale nucleare, che ha causato la perdita di 600 impieghi, non ha fatto che accentuare una crisi economica ben visibile (su un quarto delle case è apposto il cartello "vendesi"). L'agricoltura, che garantisce il 10% dei posti di lavoro, è prevalentemente incentrata sull'allevamento bovino e ovino ed

Elementi innovativi per il territorio

Identità del territorio

Trasformare una lingua minoritaria in strumento di sviluppo non può che contribuire al rafforzamento dell'identità locale. Varie azioni, attualmente in fase di realizzazione, sono orientate in questa direzione:

- > restauro della casa di Ellis Wynne, celebre scrittore gallesse e figura emblematica del Settecento, e creazione di un centro permanente di animazione imperniato sulla cultura e sulla letteratura locali destinato ai turisti ma anche agli scolari e agli abitanti dei paesi;
- > sostegno al centro ricreativo "Gwersyll Llangrannog" le cui attività, principalmente sportive, vengono realizzate nella lingua locale;
- > appoggio al "Iy Newydd Writing Course", centro destinato agli scrittori professionali o dilettanti che propone corsi di scrittura e di creazione letteraria di una settimana (animati congiuntamente da uno scrittore e da un "tutore"), corsi di formazione in inglese o in gallesse di un anno nonché seminari di un giorno per i gruppi scolastici;
- > organizzazione di un festival annuale di musica gallesse (100 000 visitatori nel luglio 1996);
- > creazione di un centro di musica celtica permanente che organizza corsi di musica.

Attività e occupazione

Nella zona si sta progressivamente affermando l'idea che l'uso della lingua locale possa essere fonte di occupazione, in particolare nel settore dei servizi, dei media e della formazione. In tale ottica, la CYMAD ha elaborato, in collaborazione con altri organismi, un repertorio dell'uso delle lingue presso le imprese locali, mettendo in evidenza l'importanza del bilinguismo all'interno delle aziende. Tale repertorio è utilizzato nelle scuole per sensibilizzare i giovani all'uso professionale della lingua gallesse.

una cooperativa produce un formaggio semi-industriale. L'industria procura ancora il 20% degli impieghi, ma il settore terziario (servizi, amministrazioni, insegnamento ecc.) è ormai il principale datore di lavoro. Il turismo, balneare e di breve durata, è diventato una fonte di reddito importante.

Contattare:

Elwyn Vaughan
South Gwynedd LEADER Group
Park Busnes, Penamser
Porthmadog
UK-Gwynedd LL19 9GB
Tel.: + 44 1 766 512 300
Fax: + 44 1 766 512 608

BREGENZERWALD (Vorarlberg, Austria)

Integrazione tra agricoltura, ristorazione e turismo: "Natur und Leben Bregenzewald"



L'azione

Dopo l'adesione dell'Austria all'Unione europea i problemi di concorrenza riscontrati nel settore agroalimentare si sono accentuati. I ristoratori sono inoltre confrontati alla crescente propensione dei consumatori per i prodotti regionali tipici. Questi due fattori sono all'origine di un progetto di cooperazione, cui partecipano produttori, ristoratori, operatori turistici ed enti locali di Bregenzewald. Il progetto mira, a migliorare la commercializzazione locale dei prodotti agroalimentari, riducendo le spese di trasporto e di distribuzione ed esercitando positivi effetti sul turismo.

Elementi chiave

- > Attuazione di una partnership informale, spazio di riflessione e di cooperazione per le imprese private e gli enti pubblici.
- > Commercializzazione locale che garantisce la qualità e l'origine dei prodotti.
- > Promozione collettiva dei prodotti agroalimentari locali.
- > Organizzazione di sessioni di concertazione e di formazione per discutere e definire progressivamente i diversi aspetti del progetto.
- > Strutturazione formale del progetto e ideazione di un tema catalizzatore e associativo: "Le Strade del formaggio di Bregenzewald".

Il contesto

All'inizio degli anni '90, l'associazione dei giovani agricoltori di Bregenzewald e Junges Gastgewerbe Vorarlberg (i giovani albergatori e ristoratori del Vorarlberg) si uniscono per cercare di risolvere insieme alcuni problemi: evitare che il numero di agricoltori continui a diminuire; aiutare i piccoli commercianti (macellerie, latterie, ecc.) a fronteggiare la concorrenza sempre più agguerrita dei supermercati e degli ipermercati ed incoraggiare i giovani ad orientarsi verso un'occupazione in questi settori.

Tutto ciò in un contesto di nuove tendenze dei consumi (forte propensione per i prodotti sani, "autentici" e naturali) che consente di prevedere l'esito positivo di un progetto strutturato.

Il punto di partenza

Nel 1991, l'iniziativa "Natur und Leben Bregenzewald" (Natura e Vita nella Foresta di Bregenz), basata essenzialmente sulla volontà e l'entusiasmo di alcune persone, porta alla realizzazione di un'indagine di mercato sulla commercializzazione dei prodotti agricoli e sulle prospettive del settore della ristorazione. Lo studio dimostra che i ristoratori sono disposti ad aumentare gli acquisti di prodotti locali e sono favorevoli all'attuazione di un efficiente sistema di approvvigionamento di prodotti genuini tipici.

In base a tali risultati nasce l'idea di consolidare i rapporti tra i settori e di strutturare una collaborazione tra produttori agroalimentari e albergatori.

Attuazione

Nei due anni seguenti vengono organizzati due incontri tra i responsabili di "Natur und Leben Bregenzewald" e le imprese interessate ad una stretta collaborazione tra i diversi anelli della catena agroalimentare locale.

Si tessono alleanze con agricoltori, macellai, ristoratori, ma anche con aziende autonome di soggiorno, con professionisti del turismo e con gli enti locali.

Nasce una rete informale di collaborazione che stimola la riflessione su tre temi centrali:

- > la preferenza per la produzione locale, per proporre prodotti freschi ed evitare l'inquinamento derivante dal trasporto delle merci;
- > l'organizzazione di manifestazioni specifiche, quali fiere e giornate gastronomiche, per sensibilizzare la popolazione locale e attirare nella zona visitatori esterni;
- > l'attuazione di un sistema collettivo di distribuzione che garantisca l'approvvigionamento di vari prodotti in tempi brevi e a costi contenuti.

I progetti vengono avviati solo un anno dopo l'inizio del processo di riflessione. Tra il 1992 e il 1995 oltre all'importante lavoro di relazioni pubbliche e di formazione vengono organizzate 20 settimane gastronomiche nei ristoranti partecipanti, i quali si impegnano ad usare esclusivamente prodotti locali e di stagione (il nome del produttore è precisato sui menu per certificarne l'origine e la qualità).

Natur und Leben Bregenzewald attua varie azioni che contribuiscono a promuovere l'uso e il consumo dei prodotti agricoli locali: presenta i propri prodotti e illustra le proprie azioni in occasione di varie fiere agricole e gastronomiche, allestisce negli hotel e nelle locande del luogo vetrine con prodotti agricoli semplici (miele) o trasformati (cosmetici) fabbricati nella zona, organizza le cosiddette "colazioni in fattoria", uno strumento promozionale molto efficace. Per mettere in risalto le nuove creazioni locali, ogni anno viene conferito un premio al prodotto agricolo più innovativo. Infine, viene elaborato un piano di marketing professionale.

Nonostante questo inizio promettente, il progetto non ha potuto estendersi nella sua forma originale di partnership informale: la mancanza di strutture organizzative e di adeguati mezzi finanziari hanno penalizzato questa formula proprio nel momento in cui il grado di partecipazione all'iniziativa cominciava ad affievolirsi.

Nel 1995 il progetto "Natur und Leben Bregenzewald" diventa un programma LEADER II. L'organismo di gestione si struttura professionalmente, divenendo un'agenzia per lo sviluppo locale.

LEADER ha permesso di rilanciare l'operazione sotto forma di progetto globale elaborato in base ad un tema catalizzatore: "Käsesstrasse Bregenzewald" ("Le Strade del formaggio di Bregenzewald"). Per far progredire il progetto in modo autonomo una volta ultimato LEADER II si costituiscono collaborazioni informali tra aziende agricole, alberghi ed operatori turistici incentrate sull'attuazione di misure quali l'organizzazione di nuove forme di distribuzione dei prodotti o l'istituzione e l'accettazione di sistemi di controllo della qualità. "Natur und Leben Bregenzewald" diventa anche un marchio di qualità per il turismo, l'agricoltura e la gastronomia.

BREGENZERWALD

La "Foresta di Bregenz", in prossimità del Lago di Costanza, è situata nell'estremità nordoccidentale dell'Austria. Il Bregenzewald, che si estende su una superficie di 555 km² ad est del capoluogo del Vorarlberg, vanta un paesaggio eterogeneo (vallate, montagne, alpeggi, foreste, ecc.) ed un ambiente naturale ben conservato. I principali settori economici sono la produzione di latte e l'allevamento bovino (76% della superficie utile) e i servizi (commercio, turismo). Poiché nella zona vi sono scarse possibilità occupazionali, gran parte della popolazione attiva lavora oltre frontiera, a Costanza (70 000 abitanti) nelle vicinanze del lago e nella valle del Reno.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

La realizzazione di una struttura di cooperazione tra operatori che erano in precedenza concorrenti ha permesso di raggiungere una coesione professionale e sociale in tutta la regione di Bregenzewald. Questo processo, sebbene lento e difficile (2 anni di concertazione per la commercializzazione dei formaggi di 18 produttori con un marchio comune), ha introdotto nella zona nuove dinamiche locali.

Attività e occupazione

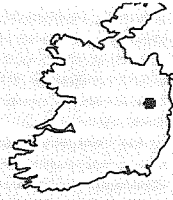
La commercializzazione in circuiti brevi ha contribuito al mantenimento e alla continuità delle aziende agricole locali, mentre la proposta di un prodotto gastronomico espressamente destinato al turismo (Le Strade del formaggio) incentiva gli agricoltori a adottare sistemi di produzione più rispettosi dell'ambiente.

Contattare

Reinhard A. Lechner
Natur und Leben Bregenzewald
A-6863 Egg
Tel.: +43 5512 221 620
Fax: +43 5512 221 629
E-mail: telesis@telesis.vol.at

MEATH (Irlanda)

Un nuovo impulso ai paesi della Contea di Meath



L'azione

Nell'ambito del progetto pilota "KICK-START" dieci paesi della Contea di Meath hanno definito piani locali di intervento territoriale per promuovere lo sviluppo delle collettività e il miglioramento dei villaggi. Il progetto, basato su una diagnosi delle potenzialità rurali alla quale ha partecipato la popolazione locale, ha suscitato un forte coinvolgimento dei diretti interessati e ha prodotto rapidamente una serie di dati di rilievo e la stesura di piani d'azione. Il grado di partecipazione è stato superiore a qualsiasi altro osservato in precedenza nella contea, con una media di circa 120 persone per paese. Sono inoltre emerse personalità in grado di guidare e stimolare le collettività locali. I paesi che hanno partecipato al progetto KICK-START continuano a scambiarsi idee e strategie, favorendo così un processo di apprendimento reciproco. Altri paesi della Contea, che non hanno partecipato al progetto, stanno ora ispirandosi all'esperienza dei primi dieci.

Il contesto

La forte dipendenza dall'agricoltura della Contea di Meath ha reso la zona molto sensibile ai mutamenti introdotti nei modelli e nei sistemi agricoli. Inoltre, la vicinanza della città di Dublino e lo sviluppo di numerosi centri e "città-dormitorio" hanno esercitato notevoli ripercussioni sul tessuto sociale della zona. Tutto ciò ha contribuito a limitare fortemente le attività di sviluppo locale.

Il punto di partenza

Alla luce di tale situazione, il gruppo Meath LEADER II ha annoverato tra gli obiettivi prioritari lo sviluppo locale e il miglioramento dei paesi. Per raggiungere questi obiettivi è stato ideato, nel periodo luglio-dicembre 1996, il progetto pilota KICK-START. L'approccio adottato traeva spunto dal sistema di diagnosi delle potenzialità rurali elaborato nei paesi in via di sviluppo ed applicato in via sperimentale nella Contea di Kilkenny. Questo approccio è stato adattato ed ampliato dai responsabili del gruppo Meath LEADER II, che hanno individuato le strategie necessarie, preparando inoltre il materiale iniziale. In un secondo tempo sono stati contattati funzionari chiave presso le autorità locali per ottenere il sostegno e la collaborazione e per accedere alle informazioni disponibili e consentirne lo scambio. Il consiglio d'amministrazione del GAL Meath LEADER II ha approvato il progetto nel febbraio 1997.

Attuazione

Nel periodo gennaio-febbraio 1997, il GAL Meath LEADER II ha organizzato vari incontri pubblici di animazione ai quali hanno partecipato privati e gruppi, autorità locali, rappre-

Elementi chiave

- > Grazie alla diagnosi delle potenzialità rurali, i 10 paesi partecipanti hanno individuato le possibilità, i problemi e le priorità esistenti, svolgendo inoltre un ruolo di mediatori per la definizione di accordi relativi a progetti a breve e lungo termine.
- > Le assemblee locali e le successive consultazioni hanno permesso di raccogliere punti di vista diversi e di delineare un quadro globale molto rappresentativo.
- > Sono stati prodotti 10 piani di sviluppo promossi dalle stesse comunità locali.
- > I gruppi di collegamento tra i villaggi hanno svolto una funzione centrale nell'animazione delle collettività locali (120 persone coinvolte).
- > I rapporti tra i paesi partecipanti e le autorità locali sono stati rafforzati.
- > All'interno delle comunità locali è stato sviluppato un maggior senso di appartenenza e di fiducia.

sentanti di enti statali e membri di altre agenzie locali di sviluppo.

Il GAL Meath LEADER II ha quindi costituito un'équipe di cinque "mediatori" provenienti da diversi settori, ingaggiati con contratto trimestrale. Ciascun mediatore, al quale erano stati assegnati due villaggi, era responsabile dell'attuazione di un piano d'azione proposto dalla comunità in questione. In ogni villaggio sono stati identificati gruppi di collegamento locali che hanno curato i rapporti con l'équipe KICK-START, nonché l'organizzazione degli aspetti pratici e la gestione dell'iniziativa a livello locale.

Settantacinque zone della Contea di Meath hanno ricevuto un questionario con l'invito a candidarsi per la selezione. Complessivamente, 34 zone hanno risposto all'invito e 10 paesi sono stati selezionati per partecipare al progetto pilota in base a criteri specifici (ad esempio, lo spirito comunitario, la dimensione e l'ubicazione, le necessità di investimento e le potenzialità di sviluppo). Alcuni dipendenti comunali hanno partecipato al processo di selezione per individuare i paesi più idonei.

Nell'aprile del 1997, nei 10 villaggi interessati sono stati organizzati incontri preliminari ed i gruppi di collegamento locali hanno svolto un ruolo fondamentale per pubblicizzare tali riunioni. I partecipanti agli incontri sono stati quindi suddivisi in gruppi e ciascun gruppo ha tracciato un piano della zona, indicandovi le idee e i suggerimenti relativi agli eventuali cambiamenti e/o miglioramenti da apportare. I gruppi hanno quindi adottato altri metodi d'indagine: schemi per agevolare l'identificazione delle varie organizzazioni che esercitano una certa influenza sulla zona, grafici sull'occupazione, riepiloghi cronologici degli eventi salienti

della storia locale, calendario annuale delle varie manifestazioni, grafici sul rapporto reddito-spesa dell'economia locale, ecc.

L'équipe KICK-START ha quindi compiuto una serie di visite nei vari paesi dove sono state condotte interviste semi-strutturate con membri della comunità locale che non avevano partecipato all'incontro iniziale. Agli intervistati è stato chiesto di indicare, in ordine di importanza, le dieci principali proposte di intervento emerse nel corso degli incontri. Le informazioni raccolte sono state illustrate in un volantino distribuito localmente. Ogni singolo volantino, realizzato in un formato particolare, è stato prodotto in 250 esemplari.

L'équipe KICK-START ha successivamente analizzato le proposte elencate nei diversi volantini per verificarne la fattibilità e raccogliere dati precisi. Le proposte sono state esaminate in dettaglio da ristretti gruppi di riflessione in occasione di successivi incontri. Quattro gruppi hanno analizzato, rispettivamente, quattro principali campi di intervento: aspetti socio-economici; turismo e patrimonio; ambiente; traffico e infrastrutture. In base alle informazioni ottenute nel corso di tali riunioni sono state elaborate le proposte dei piani d'azione locale.

Le proposte sono state esposte al pubblico per un paio di giorni, in modo che le comunità locali potessero apportare un ulteriore contributo al piano d'azione. A tale scopo erano presenti alcuni "mediatori" incaricati di annotare ogni suggerimento, commento o correzione proposta. Nel luglio del 1997 i 10 paesi avevano ultimato i rispettivi piani d'azione locale. Da allora, le comunità hanno raccolto fondi, individuando le fonti di finanziamento necessarie per realizzare i rispettivi piani.

Il 67% del bilancio del GAL Meath LEADER II destinato all'Ambiente (200 000 ECU) è stato stanziato per alcuni progetti promossi dall'iniziativa KICK-START, mentre altri progetti sono stati finanziati da enti pubblici e dal North Meath Area Development Management (Ente per la gestione dello sviluppo locale del Nord della Contea di Meath). Anche i legami instaurati tra le autorità locali nell'ambito del programma KICK-START hanno dato i loro frutti: il Consiglio di Contea di Meath, seguendo le indicazioni contenute nei piani d'azione locale, ha migliorato in molti villaggi le reti fognarie, idriche e stradali, mentre in altri sta attualmente predisponendo i lavori per sotterrare i cavi della rete elettrica e telefonica.

MEATH

La contea di Meath è situata a nord-ovest di Dublino. La densità demografica è di 47 abitanti per km². Il 17,3% della popolazione è occupato nel settore agricolo, il 28,7% nell'industria (2,5% nelle miniere di piombo e zinco) e il 46,2% nei servizi. La zona è caratterizzata da un paesaggio agricolo diversificato: fertili pascoli nelle valli di Boyne e Blackwater, tratti di torbiere nel sud-ovest, dune che coprono la breve (12 km) fascia costiera orientale. Il 40% delle aziende agricole ha un'estensione inferiore ai 20 ettari e l'attività principale è rappresentata dall'allevamento di bestiame da macello, sebbene le colture, la produzione casearia e le attività equestri siano in continuo aumento.

Bilancio

Al programma KICK-START è stato stanziato un bilancio di 25 000 ECU destinato a coprire i costi inerenti il progetto: assunzione dell'équipe per il progetto, materiali promozionali, stampa dei piani d'azione, ecc. Il progetto è stato ultimato con una spesa inferiore all'importo inizialmente previsto, per un totale di 22 500 ECU. Ciononostante, esso ha dato vita a molti altri progetti finanziati da LEADER, generando un cofinanziamento di 500 000 ECU.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Uno degli aspetti innovativi del processo è rappresentato dall'approccio non gerarchico adottato nella fase di animazione che ha suscitato una partecipazione più alta del normale, modificando inoltre l'atteggiamento comune.

Identità del territorio

Nelle zone partecipanti si è osservato un maggiore senso di appartenenza al paese. I piani d'azione locale hanno tenuto conto degli sforzi del GAL Meath LEADER II per promuovere la Contea di Meath come meta turistica. Anche gli aspetti relativi al miglioramento dei villaggi previsti nell'ambito di KICK-START hanno fornito un importante contributo al raggiungimento di tale obiettivo.

Attività e occupazione

Il progetto KICK-START ha permesso ai paesi partecipanti di individuare potenziali attività economiche e nuove opportunità di lavoro. Nei rispettivi piani d'azione alcuni paesi prevedono di realizzare una valutazione delle qualifiche disponibili nella zona, mentre altri promuovono programmi di formazione per adulti allo scopo di migliorare le prospettive occupazionali. La realizzazione stessa dei piani d'azione ha fornito reali opportunità d'impiego: in un villaggio sono stati creati tre posti di lavoro, mentre in altri le opere di miglioria previste dai piani di sviluppo hanno creato occupazione.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

Tutti i paesi partecipanti hanno istituito un proprio gruppo per controllare gli aspetti ambientali previsti nel rispettivo piano d'azione. Tra questi spiccano i miglioramenti estetici, sia per quanto riguarda il paesaggio che le facciate degli edifici, le opere di ristrutturazione dei fabbricati abbandonati, giornate dedicate alla pulizia dei villaggi, ecc. Alcune questioni ambientali di rilievo sono state annoverate tra gli aspetti infrastrutturali dei piani d'azione.

Contattare

Eimear O'Reilly,
Meath LEADER II,
Tom Blake House, Bective St.,
Kells, IRL-Co. Meath.
Tel.: 353 46 493 33
Fax: 353 46 493 38
E-mail: mleader2@iol.ie

CÉVENNES GARDOISES (Linguadoca-Rossiglione, Francia)

Agevolare la cessione di imprese e di aziende agricole per rilanciare il mondo rurale: l'operazione "RELANCE"



L'azione

Favorire il passaggio di attività, di imprese e di know-how è un obiettivo prioritario per l'economia della regione Cévennes Gardoises. In questa zona, l'iniziativa RELANCE si propone, oltre all'obiettivo economico di mantenere in vita le attività, di partecipare ad un processo di animazione generale del territorio e di avviare una dinamica che consenta di migliorare la qualità della vita dell'intera popolazione. Evitare la chiusura per cessazione d'attività di un'azienda agricola o silvicola, di una stazione di servizio, di una panetteria o di un bar è l'obiettivo precipuo del progetto RELANCE.

Il contesto

In questa regione del sud della Francia, l'esodo protrattosi per cinque generazioni ha portato a situazioni talvolta inestricabili. Da un lato, gli anziani rimasti in paese, più per obbligo che per scelta, spesso non hanno discendenti in grado di subentrare nell'attività. Dall'altro, i giovani che desiderano trasferirsi nella zona hanno difficoltà a trovare i terreni, il negozio o la piccola impresa che potrebbero rilanciare. Esistono, infine, i "paesi fantasma", composti quasi esclusivamente da seconde case.

Nel 1993 le autorità locali del comprensorio delle Hautes-Cévennes si erano già interessate al problema dal punto di vista fondiario. Numerose proprietà sono state infatti parcellizzate nel corso del tempo a causa di molteplici successioni. Pertanto, gli agricoltori ancora in attività, che dispongono sovente di piccoli appezzamenti, non hanno le strutture idonee a permettere l'insediamento di un giovane in base alle attuali esigenze del settore agricolo. Questi piccoli poderi trovano invece facilmente un acquirente in quanto seconde case.

La regione è pertanto posta di fronte ad un grave problema strutturale: i poderi, penalizzati da un abbandono delle attività agricole di lunga data, non hanno potuto trarre profitto dalle ondate di ristrutturazione del XX secolo. Le ripetute successioni ed eredità hanno ulteriormente diviso in piccoli appezzamenti i fondi non utilizzati per la coltivazione diretta o in affitto.

Elementi chiave

- > Censimento delle imprese e delle aziende agricole da cedere e delle proprietà fondiarie disponibili, per proporre a potenziali candidati che intendono rilevare l'attività.
- > Applicazione degli strumenti giuridici che consentono di utilizzare o ristrutturare i fondi agricoli e di evitare la parcellizzazione delle proprietà.
- > Assistenza ai titolari di imprese o di aziende agricole nei preparativi per la cessione dell'attività.
- > Collegamento tra cedenti e candidati al rilevamento, misure di accompagnamento per entrambe le parti mediante consulenze al momento del passaggio dell'attività.
- > Follow-up personalizzato di ogni rilevamento di impresa.

Il punto di partenza

Per risolvere questi problemi, la Camera dell'Agricoltura ha deciso di associarsi con le Camere del Commercio, dell'Artigianato e dell'Industria, anch'esse confrontate a difficoltà analoghe per la cessione e il rilevamento di imprese in altri settori dell'economia rurale. L'attuazione dei programmi europei per la rigenerazione dei territori rurali vulnerabili ha portato ad estendere l'analisi di questi problemi legati al passaggio delle aziende agricole al complesso delle attività: commercio, artigianato, piccole attività industriali, ecc. Da qui è nata l'idea di trattare il problema considerando il territorio nella sua globalità e non soltanto nell'ottica dei singoli settori professionali.

Nel 1997 è stato pertanto varato il programma "RELANCE" (RElais Local d'ANimation des Cévennes), al quale partecipano le Camere dell'Agricoltura e dell'Artigianato del dipartimento del Gard, le Camere del Commercio e dell'Industria di Nîmes e di Alès ed il gruppo LEADER Espace Cévennes.

Attuazione

Poiché inizialmente è stato necessario pubblicizzare il programma RELANCE, sono state definite quattro principali linee di intervento:

- > realizzare un censimento delle imprese e delle aziende agricole da cedere in un prossimo futuro (entro un periodo di 1-5 anni) e sensibilizzare i titolari al passaggio dell'attività;
- > presentare RELANCE alle varie persone interessate dal passaggio di imprese e dallo sviluppo economico della regione (corrispondenti locali, liberi professionisti, sindaci,

animatori economici locali, rappresentanti eletti e funzionari delle varie Camere). Questa azione tende alla creazione di reti di corrispondenti locali che informano i responsabili del programma RELANCE non appena un'impresa o un'azione agricola corrono il rischio di scomparire da un paese o da un villaggio;

- > attuare strumenti che consentano un efficace operato: file informatico dei potenziali cedenti e dei candidati al rilevamento, comprensivo di schede su una diagnosi preliminare dell'impresa; elaborazione di un software che individui la corrispondenza tra i cedenti e coloro che rilavano l'attività, ecc.;
- > pubblicizzare l'azione tra i cedenti e coloro che intendono rilevare l'attività: è stata organizzata una campagna promozionale diffusa attraverso i vari canali di informazione (stampa, radio, televisione) locali, regionali e nazionali. Questa campagna, che invita a prendere contatto con RELANCE, si rivolge a tutti coloro che sono a conoscenza dell'esistenza di agricoltori che cesseranno la propria attività nei prossimi anni, di interessanti parcelle di terreno da rilevare in un'azienda agricola, di imprese nel settore del commercio e dell'artigianato o di persone che intendono trasferirsi nel comprensorio della Cevenne.

Parallelamente, RELANCE ha affidato missioni specifiche per la preparazione e la cessione dei fondi alla SAFER, un'organizzazione incaricata di agevolare il passaggio delle aziende agricole:

- > tentare di separare, al momento della transazione, i fabbricati dai fondi per evitare l'abbandono dell'attività agricola nei terreni in questione;
- > individuare soluzioni per evitare un uso precario dei fondi e per favorire un migliore utilizzo delle terre che, nella maggior parte dei casi, sono di proprietà di persone esterne alla zona, poco sensibili ai problemi dell'agricoltura;
- > ristrutturare i fondi in modo da renderli idonei ai moderni sistemi agricoli.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il costo del progetto, per i primi due anni d'attività (1997-98), ammonta a circa 230 000 euro. Tale importo comprende lo stipendio dell'animatore RELANCE, il contratto di lavoro a tempo parziale per un animatore SAFER, l'apparecchiatura informatica e il sostegno delle quattro Camere. Lo Stato stanziava un finanziamento di 45 000 euro, le varie Camere contribuiscono con 25 000 euro e il programma

CÉVENNES GARDOISES

La zona LEADER Espace Cévennes corrisponde alle Cevennes del Gard e copre 40 comuni che si estendono su zone geografiche di varia natura: quattro vallate, un altipiano e una zona pedemontana. Il territorio è caratterizzato da tessuti socioeconomici diversificati: un'area tessile, un bacino minerario, una zona agricola di castagneti e di allevamento e una zona di vigneti e oliveti. Il quadro di vita delle Cevennes è estremamente suggestivo, in un contesto naturale preservato in prossimità di due grandi centri urbani (Nîmes e Montpellier). Lo sviluppo demografico della regione è molto promettente e si delinea la creazione di nuove attività (in particolare il turismo rurale) e di nuovi servizi. Tuttavia, la zona è penalizzata da un certo isolamento. L'industria è in

LEADER II partecipa con un finanziamento di 40 000 euro (i finanziamenti per l'importo restante dovevano essere individuati nel 1998).

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Per costituire una rete di corrispondenti locali che consenta la raccolta delle informazioni relative ai progetti di cessione delle attività, degli esercizi commerciali o delle aziende agricole sono state contattate tutte le persone in grado di raccogliere le informazioni sul campo. Il programma RELANCE è stato illustrato ad oltre 120 persone: rappresentanti eletti, funzionari delle varie Camere, liberi professionisti. Nel dicembre 1997 è stata inviata una lettera informativa a 90 sindaci.

Attività e occupazione

È stato realizzato un censimento delle imprese commerciali e artigianali appartenenti a titolari di età superiore ai 55 anni: nella zona LEADER, le imprese di questo tipo sono 202 (che passano a 309 se si considera l'intera zona dell'Obiettivo 5b). Per quanto riguarda il settore agricolo, la rete dei corrispondenti locali ha permesso di stilare un elenco di 70 aziende agricole che saranno probabilmente cedute nei prossimi tre anni. Per favorire il passaggio delle aziende e delle varie attività è stato condotto un lavoro per comprendere i bisogni di entrambe le parti. I primi contatti avviati tra cedenti e potenziali acquirenti dovrebbero portare a passaggi di attività nel corso del 1998.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

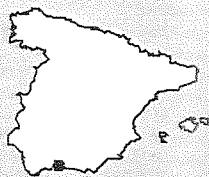
L'inventario realizzato ha permesso di conoscere la natura e la gravità dei problemi fondiari: terre incolte, conflitti sull'utilizzo dei terreni (caccia, agricoltura, allevamento, ecc.), bisogno di terre degli agricoltori e dei silvicoltori, ecc. Successivamente, tutti gli strumenti di intervento in questo campo sono stati repertoriati in schede suddivise in quattro categorie principali: ristrutturazione dei fondi, regolamentazione del loro utilizzo, minor precarietà di tali utilizzi, strumenti finanziari.

declino e l'agricoltura, caratterizzata dalla pluriattività a basso reddito, non riesce ancora a creare una forte immagine locale per quanto riguarda i prodotti tipici regionali.

Contattare

Anne Hugon
GAL Espace Cévennes
Conseil Général du Gard
DDEAF, rue Guillemette
F-30044 Nîmes CEDEX
Tel.: +33 4 66 76 76 98
Fax: +33 4 66 76 52 24

SERRANÍA DE RONDA (Andalusia, Spagna)

LEADER Serranía de Ronda:
coinvolgimento e strutturazione
della società locale

L'azione

Il gruppo LEADER Serranía de Ronda si fonda su un'associazione composta da numerose persone che si sono progressivamente organizzate in gruppi di categoria specializzati. In seno al Consiglio d'amministrazione dell'associazione sono riuniti i rappresentanti di questi gruppi. Si tratta di una tribuna aperta di discussione e di confronto a livello locale, che consente di applicare una metodologia diretta, trasparente e flessibile sia per i bandi di gara, sia per la selezione dei progetti. Questo tipo di struttura offre al programma LEADER grandi possibilità per mobilitare la popolazione locale, per modificare i rapporti sociali e lo spirito creativo, infondendo al contempo un nuovo dinamismo al territorio. Con LEADER II si è avuto un salto qualitativo, grazie alla progressiva creazione di imprese ad opera di vari gruppi di categoria costituitisi in seno all'associazione. La dinamica sociale che ne è scaturita si concretizza progressivamente con successi economici duraturi.

Elementi chiave

- > Coinvolgimento e strutturazione della società civile nell'ambito di un'ampia partnership locale, inizialmente promossa da singoli individui che si è progressivamente strutturata in organizzazioni di categoria.
- > Effetto moltiplicatore che ha portato ad una realtà locale più strutturata mediante bandi di gara e selezioni sistematiche dei progetti in base a criteri di appartenenza ad organizzazioni collettive.
- > Effetto moltiplicatore che ha suscitato il coinvolgimento della popolazione locale in base a discussioni sulle strategie e la scelta delle candidature all'interno di un ampio Consiglio di amministrazione, nel quale sono rappresentate le organizzazioni di recente costituzione.
- > Partecipazione delle PMI mediante nuove organizzazioni di categoria.

Il contesto

Serranía de Ronda è una zona marginalizzata, che è rimasta a lungo ripiegata su se stessa. Essa vive prevalentemente di una piccola agricoltura di autosussistenza. Alcuni prodotti vengono esportati, ad esempio le castagne e la carne, ma l'organizzazione della filiera presenta lacune a livello locale. Nella zona si registra un forte tasso di emigrazione, stagionale o definitiva.

L'evoluzione del contesto mondiale ha tuttavia offerto nuove opportunità nel settore turistico grazie alla vicinanza della costa e all'eccezionale patrimonio culturale di Ronda, una città che attira ogni anno 800 000 visitatori. Ma gli operatori locali non sono sufficientemente preparati per valorizzare tali opportunità: la società locale è ancora scarsamente strutturata, le rare imprese sono fragili, le organizzazioni di categoria inesistenti o poco organizzate, i servizi in ambito rurale scarsamente sviluppati e le iniziative sono estremamente ridotte, mentre il tasso di disoccupazione raggiunge il 33%.

Il punto di partenza

Preoccupato per tale situazione, un gruppo di abitanti della zona cerca aiuti esterni per ideare ed attuare azioni che consentano di coinvolgere la società locale. I primi contatti vengono instaurati con la CAS, un'associazione fondata in Spagna nel 1989 e presente in varie zone del Paese, che si propone lo sviluppo di azioni collettive in ambito rurale. Nella zona viene aperto un ufficio locale CAS e nel 1990 viene istituita, sotto forma di associazione, un'agenzia di sviluppo locale. Sin dall'inizio si tratta di un'associazione di persone alla quale si uniscono ben presto numerosi cittadi-

ni (oltre 100). Anche le autorità municipali e varie istituzioni locali (centri di formazione e università) aderiscono all'associazione in qualità di soci individuali. Vengono varate alcune azioni specifiche, che suscitano un primo movimento di mobilitazione intorno alla definizione di possibili progetti. Ma è soprattutto con la preparazione del programma LEADER I che viene avviato un importante processo di riflessione locale ed avviene una prima selezione collettiva di 20 progetti. Successivamente, nel corso di varie assemblee organizzate a rotazione nei 21 Comuni interessati, il dibattito viene esteso per elaborare il business plan. Da tali incontri scaturisce una strategia generale di sviluppo territoriale, nonché uno specifico metodo per i bandi di gara e la selezione dei progetti che si rivelerà in seguito particolarmente efficace per suscitare un vasto movimento di iniziative locali.

Attuazione

Il metodo scelto si articola essenzialmente su quattro punti principali:

- > un chiarimento preliminare delle strategie mediante un ampio dibattito all'interno dell'associazione, in modo che i criteri definiti per i bandi di gara e la selezione dei progetti siano chiari a tutti. Ciò permette una selezione dei progetti diretta e trasparente all'interno del Consiglio di amministrazione dell'associazione, senza dover ricorrere a complesse procedure strutturate;
- > priorità riservata ai progetti collettivi (sostenuti in particolare dagli organismi di categoria e dalla cooperative) che possono esercitare un impatto economico immediato e favorire l'emergere di altre iniziative;

- > ricorso ad un metodo di animazione attivo e dinamico che soddisfa le esigenze dei potenziali promotori di progetto individuati sul campo;
- > attuazione di progetti essenziali per garantire lo sviluppo del settore turistico nella zona (ristrutturazione di edifici di interesse storico; potenziamento delle attività culturali; creazione di un centro dell'artigianato locale; attivazione di reti telematiche tra i promotori di progetto; ecc.).

Questo metodo favorisce l'emergere di organizzazioni collettive o di categoria, conferendo loro una certa legittimità grazie all'impatto economico che esse esercitano e alle prospettive che esse offrono per quanto riguarda il sostegno alle iniziative individuali. L'organizzazione in cooperativa di circa 450 produttori di castagne e l'allestimento di un'unità di condizionamento hanno permesso, ad esempio, di evitare il ricorso ad intermediari e di ottenere prezzi più vantaggiosi. L'associazione dei produttori agroalimentari ha introdotto una carta di qualità, creando inoltre una società per la commercializzazione dei prodotti, ecc. È stato così possibile promuovere progetti economici di tipo più individuale. Per tale ragione, il metodo di intervento si è evoluto con l'avvio di LEADER II. L'approccio è diventato più reattivo e sono stati pubblicati bandi di gara per progetti settoriali, sebbene l'appartenenza ad un'organizzazione collettiva continui ad essere un criterio di selezione generale.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Questo processo ha favorito un'ampia partecipazione della società civile, anche nelle zone più isolate. Inoltre, sono stati costituiti vari gruppi di categoria, in un contesto inizialmente non propizio a tale processo. In particolare, sono sorti un Centro di iniziative turistiche (CIT), un consorzio di produttori di carne, un'associazione nel settore della castagna, un'associazione di artigiani, un consorzio dei piccoli produttori del settore agroalimentare e varie cooperative in tali campi.

SERRANÍA DE RONDA

A metà strada tra Málaga e Cadice, la Serranía de Ronda è una delle zone più alte (1000-1500 m. sul livello del mare) della Cordigliera Penibetica che si estende lungo la fascia costiera andalusia. È composta da pieghe orientate a sud-ovest/nord-est, parallele alla costa mediterranea e separate da altipiani e vallate. La zona è il risultato di due formazioni geologiche distinte: il nord caratterizzato da un suolo calcareo, adatto alla coltivazione degli olivi, ed il sud arenoso e coperto in gran parte da castagneti. Contrariamente al resto dell'Andalusia, la Serranía de Ronda è una regione caratterizzata da piccole proprietà che si tramandano all'interno delle famiglie di generazione in generazione. Il territorio LEADER (1 245 km²; 53 700 abitanti) si estende su 21 Comuni.

Attività e occupazione

Sono stati avviati vari progetti produttivi e diverse imprese, innanzi tutto nel settore turistico, dove le capacità ricettive in ambito rurale, praticamente inesistenti in passato, si sono fortemente sviluppate. Per quanto riguarda la produzione di carne, l'introduzione di un marchio di qualità ad opera del consorzio dei produttori del settore ha permesso di conquistare nuovi mercati e di avviare nuove unità di trasformazione. Nel campo dell'artigianato, un centro di sviluppo della filiera del legno ha permesso di rendere economicamente fattibili varie cooperative di produzione, ecc.

Competitività e accesso al mercato

La metodologia messa a punto dal GAL negli ultimi 7 anni ha permesso al territorio di acquisire una certa competitività in vari settori. Le iniziative varate hanno avuto un considerevole effetto dimostrativo grazie all'elevato tasso di successo dei promotori di progetto, considerati in precedenza eccessivamente audaci ed imprudenti. Attualmente vi sono i presupposti per permettere a queste iniziative di esercitare un effetto moltiplicatore e per consolidarne i primi risultati commerciali ottenuti.

Contattar e

Antonio Chacon
CEDER Serranía de Ronda
Ayuntamiento de Ronda
E-29400 Ronda (Málaga)
Tel.: +34 52 872747
Fax: +34 52 872746

Beira Interior (Portogallo) / Estremadura (Spagna)

"La Raya / A Raia": una rete esemplar e di cooperazione transfrontaliera



L'azione

La rete "La Raya / A Raia" riunisce 5 gruppi di azione locale LEADER vicini, situati sui due versanti della frontiera ispano-portoghese. Le varie azioni scaturite da questa cooperazione hanno stimolato una dinamica di sviluppo integrato su un territorio transfrontaliero ormai unificato. Tali iniziative mirano a trasformare gradualmente in un nuovo polo di sviluppo alcune zone in precedenza considerate periferiche dai rispettivi Paesi (a causa della loro separazione dovuta alla presenza di una frontiera praticamente invalicabile). L'esperienza La Raya/A Raia è un ottimo esempio di arricchimento reciproco ottenuto attraverso la cooperazione fra due culture, due realtà così vicine e nel contempo così diverse.

Elementi chiave

- > Riavvicinamento di popolazioni e territori vicini, ma a lungo profondamente divisi per ragioni storiche.
- > Mobilitazione degli operatori e dei poteri pubblici locali intorno a progetti transfrontalieri.
- > Promozione di un'identità territoriale comune.
- > Impiego sistematico di protocolli di accordo per definire le linee guida generali, da utilizzare come base di riferimento comune per le azioni poste in essere.
- > Azioni comuni di promozione per suscitare, a breve termine, un sentimento di appartenenza al territorio.
- > Organizzazione di viaggi in gruppo da un versante all'altro della frontiera per garantire lo sviluppo del tessuto sociale e di contatti istituzionali fra le due zone, creando una coesione sociale transfrontaliera.

Il contesto

La frontiera fra Spagna e Portogallo è la più antica d'Europa. Tracciata ai tempi della creazione dei due regni durante la riconquista della penisola Iberica da parte dei Cristiani contro i Mori (dall'XI al XIII secolo), questa frontiera è rimasta da allora immutata e ha sempre costituito un elemento di profonda divisione (da cui il nome stesso "La Raya" in spagnolo e "A Raia" in portoghese, che significa "Il Confine"), al di là dei rari scambi legati alle attività di contrabbando.

Sia dal lato portoghese che da quello spagnolo, i territori a ridosso della frontiera formano un'area isolata a causa della lontananza dalle due rispettive capitali. L'assenza quasi totale di relazioni fra i due Paesi ha fatto di questi territori due zone di "confine" ("dietro non c'è nulla", si soleva dire). La carenza delle infrastrutture di trasporto ha contribuito ad accentuare questo isolamento.

Nel 1986, l'ingresso della Spagna e del Portogallo nella Comunità europea ha sconvolto gli scenari, aprendo nuove prospettive nelle relazioni fra i due Paesi. In particolare, grazie all'Iniziativa INTERREG, è stato possibile finanziare progetti di cooperazione, sebbene la maggior parte degli stanziamenti disponibili nell'ambito del programma siano stati destinati in via prioritaria a colmare le enormi carenze infrastrutturali di queste regioni.

Il punto di partenza

Il vero catalizzatore del processo di riavvicinamento fra le istituzioni situate sui due versanti della frontiera è stato il programma LEADER: l'appartenenza ad uno stesso programma europeo, ampiamente basato sulla cooperazione transnazionale, ha fatto sì che i gruppi LEADER spagnoli e portoghese di queste zone frontaliere tendessero naturalmente ad instaurare contatti di collaborazione.

Durante un primo incontro avvenuto nel maggio del 1993, tre di questi gruppi LEADER (Raia Centro-Sul per il Portogallo e Sierra de Gata e La Alcantara per la Spagna) hanno avuto modo di conoscersi e di scambiarsi le proprie idee a proposito di possibili azioni comuni. Dopo aver scoperto numerosi punti in comune e aver valutato le ampie opportunità offerte da un programma comune di cooperazione, i tre gruppi hanno deciso di rendere ufficiale la loro collaborazione e i loro intenti siglando nel settembre dello stesso anno un protocollo. Quest'ultimo prevedeva una serie di attività da avviare nel corso del biennio 1994-1995, in particolare:

- > l'organizzazione di una fiera annuale comune, la "Raiana", che si svolge alternativamente nei due Paesi; la prima edizione di questa manifestazione si è tenuta nel maggio del 1994;
- > l'elaborazione di una banca dati statistica destinata agli operatori dello sviluppo locale;
- > la creazione di gruppi di lavoro tematici comuni su argomenti quali il turismo, l'agricoltura e il sostegno alle piccole e medie imprese;
- > l'attuazione di progetti di cooperazione transfrontaliera destinati in particolare ai giovani e agli anziani.

Attuazione

Con l'avvio di LEADER II, questa cooperazione è stata ampliata ad altri territori LEADER della regione. Nel novembre del 1995 è stato firmato un nuovo protocollo di intesa fra i gruppi partner (ai tre gruppi iniziali si sono aggiunti il GAL Valle del Alagón e l'agenzia di sviluppo ADESCOVA, entrambi spagnoli). Il protocollo prevedeva l'avvio di nuove azioni di cooperazione e la creazione dell'associazione internazionale "La Raya/A Raia" che consente il collegamento in rete dei cinque gruppi di azione locale.

Elementi innovativi per il territorio

Immagine del territorio

Oltre all'organizzazione della Raiana, la partecipazione comune alle fiere organizzate all'esterno è ormai una consuetudine. I cinque gruppi di azione locale sono sempre presenti con uno stand comune in occasione delle fiere e dei saloni organizzati nella regione (fiera di Castello Branco, di Placencia, ecc.). La partecipazione agli eventi fieristici e alle altre manifestazioni li ha portati a produrre materiale promozionale comune, attualmente utilizzato più sovente di quello previsto per ogni singola zona LEADER. Inoltre, la banca dati de La Raya/A Raia ha assunto grande importanza e copre ormai tutte le aziende situate a ridosso della frontiera.

Identità del territorio

La promozione comune della regione La Raya/A Raia e l'organizzazione di eventi culturali e di iniziative di vario tipo (progetti culturali, manifestazioni sportive, ecc.) hanno progressivamente suscitato nella popolazione un sentimento di appartenenza ad uno stesso territorio. È ormai consuetudine per le associazioni invitare alle proprie manifestazioni le associazioni analoghe presenti sull'altro versante della frontiera, nonché organizzare attività comuni, ecc. Ciò sarebbe stato assolutamente impensabile in passato. Inoltre, la cooperazione fra i Comuni e la collaborazione fra le aziende situate sui due lati della frontiera sono in netta contrapposizione con la reciproca indifferenza che ha contraddistinto a lungo le relazioni fra i due territori.

LA ZONA "LA RAI A / A RAI A"

La zona di riferimento della rete comprende alcuni Comuni della Beira Interior (Portogallo) e dell'Estremadura (Spagna) su una superficie complessiva di 13 740 km². Le condizioni fisiche e morfologiche sono le stesse sui due versanti della frontiera: la regione corrisponde ad un altipiano granitico situato a media altitudine e solcato da profonde valli. Tale omogeneità garantisce una continuità fra i territori spagnolo e portoghese, nonché un'identità territoriale comune. Si osservano altresì alcune similitudini relative alla storia più recente: introduzione, sia dal lato spagnolo che portoghese, delle colture irrigue (1950 - 1970), sostanziale esodo rurale negli ultimi 30 anni e, dopo il crollo delle dittature (1974-1976), inizio dello sviluppo industriale nelle piccole città che fino ad allora svolgevano una funzione essenzialmente amministrativa.

Competitività e accesso al mercato

Emerge progressivamente una nuova "centralità" che consente di spezzare le logiche della "perifericità" caratteristiche dei cinque territori interessati. I trasferimenti di know-how sinora realizzati hanno già permesso ai partner coinvolti (Comuni, aziende, ecc.) di cogliere l'importanza e l'utilità della cooperazione transfrontaliera: i comuni spagnoli, ad esempio, sembrano più avanzati nelle iniziative di sostegno allo sviluppo locale (assistenza e consulenza alle imprese, ecc.) grazie alle équipe di tecnici da essi create. In compenso, i Portoghesi sembrano più "esperti" nella fabbricazione di alcuni prodotti locali di qualità (ad esempio i formaggi).

Contattar e

Portogallo:
Antonio Realinho - ADRACES
Rua de Santana, 267
P-6030 Vila Velha de Ródão
Tel.: +351 72 540 200
Fax: +351 72 540 209

Spagna:
Antonio Rodrigues Camara - ADECA
c/ Regimiento de Arge, 37
E-10980 Alcántara (Cáceres)
Tel.: +34 927 39 01 25
Fax: +34 927 39 09 04
E-mail: idralcan@abforum.es

ISOLE EBRIDI (Scozia, Regno Unito)

"Vivere a livello locale, lavorare a livello globale"



L'azione

Partendo dal presupposto che le tecnologie dell'informazione avrebbero potuto rilanciare le comunità rurali, il GAL Western Isles, Skye & Lochalsh varò nel 1994, in collaborazione con un ente per lo sviluppo locale e le amministrazioni del luogo, un'ambiziosa campagna sulle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC). Poiché prevedeva anche lo sviluppo del telelavoro, il progetto portò alla costituzione di una banca dati nella quale furono repertorate le abilità e le competenze professionali presenti nella zona, nonché alla realizzazione di due organizzazioni finalizzate rispettivamente all'introduzione sul mercato delle competenze locali e alla gestione dei contratti di lavoro. Oltre ad esercitare un notevole impatto sull'occupazione locale (in tre anni sono stati infatti creati più di cento posti di lavoro), l'iniziativa ha favorito anche il ritorno nell'isola di coloro che erano precedentemente emigrati.

Il contesto

Le isole Ebridi sono confrontate ai problemi tipici di tutte le zone periferiche, in particolare il calo demografico, l'alto tasso di disoccupazione ed una fragile struttura economica di base. Buona parte della popolazione attiva svolge lavori a tempo parziale o stagionali cumulando varie fonti di reddito. Nelle isole Ebridi questa capacità dei lavoratori di passare da un impiego all'altro con grande flessibilità, in funzione delle circostanze, è sia una necessità, sia una virtù. Il livello di istruzione è altissimo, ma le prospettive occupazionali sono così limitate da costringere molte persone a cercare lavoro in altre parti del Paese. Per creare un'economia sostenibile in grado di ottimizzare le competenze locali, gli enti per lo sviluppo locale hanno varato nel 1994 una vasta campagna sulle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni che prevedeva anche la promozione del telelavoro.

Il punto di partenza

A dirigere questo progetto fu nominato un agente commerciale che aveva maturato una precedente esperienza di marketing nel settore dell'informatica. La prima fase prevedeva uno studio di fattibilità per determinare le competenze tecniche e l'interesse della popolazione locale nei confronti del telelavoro. Venne creata una banca dati in modo da registrare il profilo professionale dei candidati. In ogni località vennero organizzati degli incontri e varie interviste furono diffuse per radio e nella stampa per incoraggiare la popolazione a partecipare al progetto. Fu inoltre installato in loco un server di posta elettronica al quale le persone interessate furono invitate a collegarsi per richiedere informazioni.

Elementi chiave

- > Valutazione delle conoscenze relative alle tecnologie dell'informazione nonché di altre qualifiche presenti a livello locale; compilazione di una banca dati per repertoriare tali informazioni.
- > Creazione di un servizio pubblico per la ricerca di nuovi clienti e di una società a responsabilità limitata che funga da unità centrale di coordinamento.
- > Progressiva specializzazione in un settore specifico (editoria) per garantire la continuità del telelavoro.
- > Formazione all'inizio di ogni nuovo contratto e finanziamenti per aiutare i telelavoratori a coprire i costi dell'attrezzatura informatica necessaria.
- > Grande efficacia comprovata dalla capacità di rispettare anche scadenze urgenti (talvolta solo 24 ore).

Attuazione

Inizialmente vennero registrate nell'archivio delle competenze professionali solo le persone con conoscenze in informatica, ma i criteri di selezione cambiarono man mano che il progetto avanzava. Per la prima campagna i candidati ritenuti idonei furono all'incirca 175. Questa selezione rivelò non soltanto che nelle isole viveva un nutrito gruppo di persone altamente qualificate in cerca di lavoro, ma anche che molte persone in possesso di varie qualifiche desideravano ritornare ad abitarvi qualora si fossero presentate valide opportunità di lavoro. Lo studio durò un anno e durante questo periodo emerse la necessità di creare un'unità centrale per cercare clienti e mantenere i contatti con questi, promuovere il telelavoro e fornire consulenza sulla formazione e su una vasta gamma di tematiche legate alle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni. Nei primi mesi del 1995 fu così creato il Servizio di consulenza sulle tecnologie dell'informazione e delle telecomunicazioni per le isole Ebridi (WIICTAS), un organismo finanziato dal settore pubblico per il quale furono assunte due persone.

Durante la prima fase di ricerca si presentò l'opportunità di presentare un'offerta per una gara d'appalto (sebbene ciò non rientrasse negli obiettivi inizialmente previsti). All'inizio del 1995 fu stipulato il primo contratto con una società americana. Per amministrare i contratti di lavoro, garantire la formazione e assicurare il controllo della qualità il WIICTAS decise di fondare una società a responsabilità limitata (Lasair Ltd). Il primo contratto prevedeva la redazione di sintesi e l'indicizzazione di articoli tratti dai quotidiani e dai periodici commerciali ed economici statunitensi da immettere in una banca dati on-line di un'azienda situata negli Stati Uniti. A questo scopo furono selezionati 25 redattori in base ad una rosa di 75 candidati qualificati scelti tra i nominativi contenuti nella banca dati. Le copie

dei quotidiani e dei settimanali americani vengono inviate due volte la settimana dagli Stati Uniti e distribuiti ai redattori che lavorano al proprio domicilio. Una volta completati, i file vengono spediti alla società centrale di coordinamento. La quale ne verifica il livello qualitativo prima di inviarli al cliente statunitense per posta elettronica. Prima di iniziare il lavoro i redattori hanno seguito un corso di formazione di 10 giorni impartito dal cliente statunitense. Inizialmente le agenzie di sviluppo locale acquistarono le attrezzature informatiche, ma i telelavoratori che collaboravano ancora al termine del primo semestre ricevettero dei finanziamenti per acquistare la propria attrezzatura. Nel 1998 oltre 30 persone lavoravano per questo contratto che era stato rinnovato per il terzo anno consecutivo.

In tre anni il numero dei profili contenuti nell'archivio si è moltiplicato e nel 1998 superava i 500 nominativi (sia residenti sia persone desiderose di ritornare a vivere nell'arcipelago). Anche i criteri di selezione si sono evoluti: attualmente una buona conoscenza della lingua inglese o conoscenze in campo medico o scientifico prevalgono sulle capacità puramente informatiche, che possono essere acquisite con una formazione personalizzata in funzione delle specificità di ogni singolo contratto. L'archivio è gestito dal WIICTAS, il quale lo utilizza anche come uno strumento di marketing per attrarre nuovi clienti (fornendo alcuni stralci delle informazioni contenute nella banca dati). Le attività di marketing del WIICTAS, attuate con strumenti diretti e indiretti, si incentrano prevalentemente sugli Stati Uniti ed il Regno Unito che rappresentano i mercati principali. Il carattere innovativo di questo progetto ha suscitato l'interesse dei mass media e ha offerto al WIICTAS l'opportunità di presentare (e promuovere) le proprie attività in occasione di vari seminari europei. Il WIICTAS ha inoltre fruito della rete mondiale di contatti del proprio direttore, il quale ha lavorato nel campo delle tecnologie informatiche per 20 anni. Il marketing diretto, compreso quello virtuale realizzato tramite il sito Web delle isole Ebridi, è un ulteriore strumento previsto in questo campo. In ultima analisi, tuttavia, una buona reputazione rappresenta il principale strumento promozionale e dipende dall'ottima qualità del lavoro svolto dai telelavoratori.

Di fronte alla concorrenza sempre più agguerrita dei Caraibi e di alcuni Paesi dell'Asia sudorientale, i servizi legati all'editoria si stanno affermando come settore specialistico sempre più sostenibile in quanto implicano una forza lavoro altamente qualificata e la volontà dei clienti di investire nella formazione. Nel 1996, ad esempio, un contratto sperimentale concluso con il Servizio sanitario scozzese ha dimostrato che la semplice codifica "meccanica" dei dati non è redditizia a causa della forte concorrenza dei paesi in via di sviluppo. Pertanto, le mansioni dei telelavoratori che collaborano con il WIICTAS vanno ben oltre la semplice introduzione dei dati e richiedono buone capacità di redazione, rielaborazione dei testi, infografica, ecc.

ISOLE EBRIDI

Situato al largo della costa nordoccidentale della Scozia, l'arcipelago delle Ebridi è composto da 66 isole, delle quali soltanto 12 abitate dai 29.000 residenti nel territorio. Le principali attività tradizionali sono la pesca, l'agricoltura su scala ridotta (microfondi) e la tessitura della lana (Tweed), ma la maggior parte delle isole vanta una lunga tradizione di lavoro a domicilio. Le industrie legate alla pesca ed il turismo stanno acquisendo una certa importanza in termini occupazionali, ma il lavoro proviene soprattutto dal settore pubblico dei servizi. Le imprese sono generalmente molto piccole e solo quattro aziende commerciali superano i 100 dipendenti. Nelle isole Ebridi il tasso di disoccupazione si attesta attualmente sul 10%, a fronte di una media scozzese del 6% (dati del 1998).

Attualmente la società Lasair Ltd gestisce oltre il 50% del volume di contratti inviati ai telelavoratori, per un fatturato annuo di circa 96 000 ECU, mentre il restante è gestito direttamente dagli stessi lavoratori che operano in qualità di freelance. Nella banca dati sono registrati un centinaio di lavoratori (le cifre si riferiscono al marzo 1998) e questi percepiscono una tariffa oraria media di 12 ECU, sebbene il lavoro venga retribuito su base unitaria o in funzione della commessa. Per il 1998 sono previsti 70 nuovi posti di lavoro gestiti da un unico ufficio.

Il servizio di consulenza WIICTAS ha esercitato un positivo impatto anche in altri settori economici. Consultando l'archivio delle qualifiche professionali, una società farmaceutica che intendeva ampliare la propria attività nelle isole Ebridi ha saputo, ad esempio, che diversi farmacisti e chimici desideravano ritornare a vivere nell'arcipelago. Queste informazioni sono state cruciali per il progetto di sviluppo dell'azienda.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il finanziamento iniziale per la fase pilota e la fase di ricerca del WIICTAS è stato sostenuto da LEADER I (21 500 ECU), dalla Western Isles Enterprise (10 750 ECU) e dall'amministrazione comunale delle isole Ebridi (10 750 ECU). Il WIICTAS è stato co-finanziato dal programma dell'obiettivo 1, da Western Isles Enterprise e dall'amministrazione comunale delle isole Ebridi per un importo pari a 110 000 ECU per i primi 3 anni (1995-97) e per altri 230 000 ECU nei 4 anni successivi. Nel 1998 LEADER II finanziò la formazione di 60 persone ad un costo medio di 215 ECU a persona.

Elementi innovativi per il territorio

Attività e occupazione

Una delle principali innovazioni di questo progetto è la creazione netta di posti di lavoro e non un semplice trasferimento degli impieghi già esistenti dall'ufficio all'abitazione privata dei lavoratori. Altrettanto interessante è la prospettiva di richiamare nella zona nuovi residenti: un dipendente di un'importante società informatica statunitense, ad esempio, si è trasferito dagli Stati Uniti nelle isole Ebridi e ha creato un'azienda che offre assistenza alla clientela mondiale della società madre americana. Il fatto di essersi trasferito con la moglie e i sei figli ha ampliato l'impatto del progetto oltre la mera dimensione economica.

Competitività e accesso al mercato

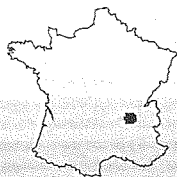
Il marketing collettivo proposto dal WIICTAS è stato fondamentale per ottenere dei contratti, in quanto i telelavoratori non sono in grado di proporsi sul mercato individualmente. Tuttavia, il rinnovo dei contratti è dovuto in gran parte agli efficaci sistemi adottati per controllare la qualità e alla rapidità di esecuzione del lavoro.

Contattare

Carola Bell
Western Isles, Skye & Lochalsh LAG
3 Harbour View, Cromwell Street Quay
UK-Stornoway (Isle of Lewis), Scotland HS1 2DF
Tel.: +44 1851 703703
Fax: +44 1851 701701
E-mail: wisleader@sol.co.uk

FOREZ E PLAINE DE LA LOIRE (Rodano-Alpi, Francia)

Ricreare un tessuto sociale per l'inserimento degli agricoltori in difficoltà



L'azione

La lunga opera di restauro di un castello ha favorito i contatti tra diversi soggetti delle zone rurali e delle città limitrofe (agricoltori, operai, insegnanti, avvocati, assistenti sociali), avviando rapporti di collaborazione che hanno condotto all'attuazione di numerose iniziative di sviluppo locale, nonché alla creazione di varie associazioni. Una di queste si prefigge come obiettivo di sostenere gli agricoltori in difficoltà. Grazie al sistema di "tutorship" attuato da quest'ultima, è possibile ricostituire gradualmente quel tessuto sociale necessario a spezzare la spirale dell'esclusione.

Elementi chiave

- > Costituzione di un'associazione di solidarietà, che funge da punto di contatto fra vari campi di intervento, con l'obiettivo di aiutare gli agricoltori in difficoltà.
- > Creazione di una "tutorship" personalizzata volta a ricostituire un tessuto sociale a favore degli agricoltori emarginati.
- > Assunzione di un operatore sociale, il quale, grazie ai propri contatti precedenti e alla conoscenza delle reti locali, è stato in grado di coinvolgere nel processo alcuni agricoltori che svolgono la funzione di tutor.
- > Allargamento dell'esperienza ad altri ambiti di intervento e ad altri gruppi in difficoltà (disoccupati di lunga durata, ecc.), grazie alla creazione di un "Comitato locale per l'occupazione" che opera su base volontaristica e integra il lavoro dei servizi pubblici di sostegno ai disoccupati (ad esempio, l'Agenzia nazionale per l'Occupazione - A.N.P.E.).

Il contesto

Nel corso degli ultimi 30 anni, la diminuzione costante dei prezzi dei prodotti agricoli ha obbligato gli agricoltori ad aumentare le dimensioni delle proprie aziende e ad ammodernare i sistemi di produzione, allo scopo di migliorarne la resa. Coloro che non sono stati in grado o non hanno potuto adeguarsi a questa evoluzione si sono ritrovati in una situazione di graduale impoverimento ed esclusione, che spesso li ha obbligati ad abbandonare l'agricoltura, offrendo in tal modo agli altri imprenditori agricoli l'opportunità di accrescere le dimensioni delle proprie aziende. Nel dipartimento della Loira il numero delle aziende agricole è diminuito da 18 700 nel 1970 a 8 500 nel 1997, mentre nel contempo la dimensione media di un'azienda agricola è passata da 15 a 28 ettari.

Al di là delle politiche sociali tradizionali, in Francia non era stato adottato alcun provvedimento specifico a favore degli agricoltori in difficoltà ed è soltanto nel 1988 che è stato introdotto l'RMi (Reddito Minimo di Inserimento). L'obiettivo di tale provvedimento è di garantire un reddito minimo (circa 375 Euro al mese nel 1998) a qualsiasi persona con un reddito inferiore a tale soglia. Pertanto, nel dipartimento della Loira 150 agricoltori su 9 000 fruiscono dell'RMi.

Il punto di partenza

Nel 1961, un avvocato originario della regione (oggi diventato famoso) riesce a convincere tre colleghi a partecipare al restauro di un castello abbandonato a cui era particolarmente affezionato dai tempi della sua infanzia. I quattro avvocati, specialisti nel diritto del lavoro, sono in contatto con i sindacati degli operai e con i consigli di fabbrica di al-

cune grandi società industriali della zona. La loro idea è di mobilitare gli operai delle città e gli agricoltori della zona interessata intorno ad un'azione comune: restaurare il castello e adibirlo a centro culturale aperto al pubblico.

Il castello di Goutelas, il cui restauro è durato circa 15 anni (1961 - 1976) e ha coinvolto un gran numero di volontari per un totale di 200 000 ore lavorative, è diventato così sede di dibattiti e punto di riferimento per numerose iniziative. La sua ristrutturazione ha portato alla creazione di varie associazioni attive in diversi settori: assistenza tecnica agli agricoltori, consorzi di imprenditori agricoli, attività che abbinano agricoltura e turismo, ecc. A seguito di tale processo, gli abitanti della zona hanno incominciato a riflettere collettivamente sulle problematiche locali.

Durante gli anni '80 sono state istituite tre "commissioni di lavoro", incentrate rispettivamente sull'inserimento, sulle nuove iniziative e sul turismo, che hanno portato nel 1990 alla creazione di due associazioni. Una di queste, la CILDEA, si prefigge come obiettivo la lotta all'esclusione sociale in ambito rurale.

Attuazione

L'associazione CILDEA ha assunto in qualità di operatore sociale un ex insegnante per mobilitare le risorse locali e il potenziale umano coinvolto nelle azioni di lotta all'esclusione sociale. Al progetto partecipano tre tipi di partner:

- > gli assistenti sociali dei vari enti pubblici o mutualistici, i quali segnalano all'associazione gli agricoltori che fruiscono dell'RMi, garantendo inoltre il contatto iniziale.

La relazione con ogni singolo agricoltore coinvolto nel progetto si instaura progressivamente, con una serie di incontri ed in base a regole ben precise: non esistono imposizioni, ogni aspetto viene discusso e conduce alla formulazione di proposte che l'agricoltore è libero di accettare o di rifiutare. In particolare, viene proposta la figura di un "tutor" ed è l'agricoltore stesso a scegliere, qualora accetti l'idea, l'area geografica e la tipologia di persona che vuole gli sia affiancata (età, carattere, ecc.). A titolo di esempio, spesso viene richiesto un "tutor" più anziano; > gli agricoltori-tutor, individuati dalla struttura o attraverso la rete di conoscenze. La sua precedente esperienza come insegnante ha permesso all'operatore sociale di individuare gli agricoltori più aperti a questo tipo di impostazione e in grado di farsi coinvolgere maggiormente. I tutor (uno per ogni beneficiario del progetto) sono volontari, ma ricevono un rimborso delle spese sostenute per gli spostamenti in base ad un'indennità annua di 150 Euro; > i poteri pubblici (per il finanziamento delle azioni da realizzare). Dal 1990 il Consiglio Generale della Loira e la Direzione dipartimentale del Lavoro e dell'Occupazione hanno finanziato i contratti annuali, inizialmente in alcuni cantoni e poi via via in tutte le zone rurali dei dipartimenti. Dal 1990 è stato così possibile seguire 100 dei 150 agricoltori beneficiari dell'RMi. Ogni convenzione stipulata con gli enti finanziatori consente di sovvenzionare le attività destinate a 25 agricoltori. Tale esperienza, inoltre, ha spinto il Consiglio Generale a finanziare altre 3 azioni di inserimento destinate a soggetti non agricoli beneficiari del Reddito minimo di inserimento: due di queste iniziative sono anch'esse basate sulla tutorship, una modalità di sostegno ritenuta in grado di creare solidarietà sociale.

I due terzi degli agricoltori seguiti nel 1998 sono celibi (molti vivono ancora presso i genitori) o divorziati e circa la metà ha problemi di alcolismo. L'età media è di 43 anni. Il 75% ha abbandonato gli studi prima dei 16 anni e alcuni sono analfabeti. Molti non sono neppure in grado di compilare i moduli necessari all'ottenimento dei sussidi agricoli, dai quali sono pertanto totalmente o parzialmente esclusi. La maggior parte versa in condizioni insostenibili di sovraindebitamento, il più delle volte in seguito a decisioni sbagliate, prese sotto l'influenza di venditori privi di scrupoli.

FOREZ E PLAINE DE LA LOIRE

Situata ad oriente del Massiccio Centrale, la zona LAEDER "Forez e Plaine de la Loire" corrisponde all'altopiano della Loira delimitato dai monti del Lionese ad est e dai monti del Forez ad ovest. Queste due catene di media altitudine (le vette non superano i 1500 metri), costituite per lo più da rocce cristalline, sono caratterizzate dalla presenza di numerose aziende agricole di piccole dimensioni, svantaggiate rispetto a quelle situate in pianura, che godono invece della presenza di terreni alluvionali fertili, nonché di un efficiente sistema di irrigazione. Fin dal secolo scorso, nella regione sono stati compiuti investimenti industriali nel settore della produzione di pezzi per tubature, il che ha garantito il lavoro ad oltre 10 000 persone (gli operai erano per lo più figli di agricoltori che non erano riusciti a continuare l'attività agricola). Tuttavia, nel corso degli anni '80, in questi stabilimenti industriali vi sono stati licenziamenti di massa che hanno accelerato l'esodo rurale.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Avendo mobilitato 90 tutor in tutto il dipartimento, l'associazione ha creato una "massa critica" di persone che hanno acquisito pratica e competenze in materia di inserimento sociale. L'integrazione degli emarginati e un'attenta gestione di tale problematica rappresentano imperativi sociali sempre più riconosciuti e condivisi a livello del territorio. La fase successiva, su cui stanno riflettendo i responsabili dell'associazione, consiste nel passare dall'approccio "curativo" a quello "preventivo", mirando alla creazione di un tessuto sociale che permetta ai soggetti a rischio di non entrare in una spirale di esclusione difficilmente reversibile. Un'impostazione di questo tipo presuppone una buona preparazione dei tutor. A tale scopo vengono organizzate regolarmente sessioni di formazione destinate a questi ultimi, che prevedono un supporto psicologico di operatori sociali e di altre figure del settore. Tali momenti formativi consentono di fare il punto sui metodi adottati, sulle difficoltà incontrate, sui mezzi adeguati per superarle, in modo tale che ogni tutor possa migliorare la propria capacità di instaurare un rapporto positivo e costruttivo con l'agricoltore di cui si occupa. Questo lavoro ha condotto l'associazione a mettere a punto strumenti specifici: nel 1997, ad esempio, è stato istituito un gruppo incentrato sull'alcolismo che svolge un ruolo di mediazione fra gli agricoltori con questo problema e il loro contesto sociale, interagendo inoltre con i centri di disintossicazione.

Migrazioni ed inserimento sociale e professionale

La metodologia elaborata dall'associazione CILDEA ha consentito di spezzare la spirale di esclusione che colpisce gli agricoltori dipendenti dall'RMi, ricostituendo un tessuto sociale grazie alla figura di un tutor, spesso bene integrato nella rete di informazione e in grado di esercitare una certa influenza a livello locale (alcuni tutor sono presidenti di cooperative, ex funzionari pubblici, ecc.). Il tutor svolge un vero e proprio compito di mediazione con l'ambiente circostante. Molti degli agricoltori seguiti, ad esempio, hanno problemi con gli istituti finanziari e l'intervento di un tutor ha consentito in varie occasioni di trovare una soluzione accettabile. A livello più generale, il tutor è una figura chiave che garantisce i contatti con le istituzioni, evita le situazioni di sfruttamento dovute all'ignoranza, riduce l'isolamento, assiste l'agricoltore nelle sue scelte, elabora una strategia che consente a quest'ultimo di risanare la propria azienda agricola in difficoltà, lo aiuta a negoziare un incremento delle proprie quote latte, ecc.

Contattare

Jean-Paul Kerveillant / René Couturier
Association CILDEA
F-42130 Marcilly-le-Châtel
Tel.: +33 477 974 550
Fax: +33 477 975 560

Philippe Weyne
GAI Loire Forez
Société d'Economie Mixte pour l'Aménagement du Forez (SEMAFOR)
18, rue de l'Astrée
F-42600 Montbrison
Tel.: +33 477 96 02 62
Fax: +33 477 96 30 50

Brandeburgo (Germania)

Un laboratorio per lo sviluppo rurale: il "Brandenburgische Landwerkstatt"



L'azione

Il "Brandenburgische Landwerkstatt - Schule für Dorf und Flur" (Laboratorio rurale brandenburgese di formazione allo sviluppo dei villaggi e dello spazio rurale) è diretto da un ente di formazione indipendente ben inserito nel modo rurale. Attraverso l'organizzazione di seminari, il laboratorio mira a sensibilizzare gli abitanti dei comuni selezionati nell'ambito del Programma regionale di sviluppo dei villaggi, a coinvolgerli attivamente nella predisposizione del Programma, a metterli in contatto con gli amministratori e i funzionari comunali, in altre parole, a incentivare la partecipazione diretta della popolazione locale ai progetti di sviluppo dei villaggi stessi. Fra il 1994 e il 1999, su un totale di 600 comuni ritenuti idonei a partecipare al Programma, 200 hanno preso parte ai seminari generici organizzati dal Laboratorio, all'interno dei quali vengono definite le strategie di sviluppo locale più adeguate al contesto dei villaggi presi in considerazione. Inoltre, per approfondire l'analisi delle azioni attuate e delle operazioni di sviluppo portate avanti in alcuni villaggi, vengono proposti seminari tematici e "visite sul campo".

Elementi chiave

- > Sensibilizzazione e coinvolgimento degli abitanti sul tema dello sviluppo integrato e sul miglioramento della qualità della vita nei villaggi.
- > Realizzazione del primo Centro di formazione allo sviluppo dei villaggi all'interno dei nuovi Länder, sull'esempio di un modello bavarese.
- > Approccio operativo in stretta relazione con il Programma regionale di sviluppo dei villaggi, che pone l'accento su un forte coinvolgimento della popolazione locale.

Il contesto

Nel 1991, in seguito alla riunificazione tedesca (1990), era stato varato un primo Programma di sviluppo dei villaggi del Brandeburgo, regione in cui nessun programma simile era mai stato avviato durante il regime della Repubblica Democratica Tedesca (DDR). Mancando completamente di esperienza in questo tipo di iniziative, numerosi sindaci avevano affidato l'elaborazione del progetto di sviluppo dei loro comuni a consulenti esterni, esperti nella gestione dello spazio rurale e in altri campi. Trattandosi di un approccio "esterno" che non prevedeva la consultazione o il coinvolgimento delle popolazioni locali, l'iniziativa aveva portato il più delle volte all'attuazione di programmi e di azioni poco rispondenti ai bisogni del territorio. Traendo insegnamento da questa prima esperienza, il Ministero dell'Alimentazione, dell'Agricoltura e delle Foreste del Brandeburgo (MELF), che dal 1991 attua una politica di sviluppo rurale integrato denominata "ILE" (Integrierte ländliche Entwicklung / Sviluppo rurale integrato), si è adoperato per fare in modo che il secondo "Programma regionale di sviluppo dei villaggi", varato nel 1994, coinvolgesse nel modo più ampio possibile le popolazioni locali.

Il punto di partenza

Nel 1993, il direttore dell'ente di sviluppo rurale del Brandeburgo prende contatto con il centro di formazione continua del lago di Seddin ("Heimvolkshochschule am Seddiner See"/HVHS), per valutare la possibilità di creare una struttura di formazione allo sviluppo dei villaggi. Dietro suo consiglio, i responsabili dell'ente visitano il Centro bavarese per il Recupero dei villaggi del Thierhaupten. Partecipando ad

un seminario organizzato dal Centro, i responsabili brandenburgesi constatano che l'esempio bavarese è perfettamente trasferibile nella loro regione.

Attuazione

Seguendo l'esempio bavarese, i responsabili dell'HVHS predispongono una prima serie di seminari. Nel dicembre del 1993 il Ministero dell'Agricoltura del Land inaugura ufficialmente il "Brandenburgische Landwerkstatt - Schule für Dorf und Flur" (Laboratorio rurale brandenburgese di formazione allo sviluppo dei villaggi e dello spazio rurale). Dal 1994, le attività del Laboratorio sono finanziate dal programma LEADER.

I seminari generici, della durata di due giorni, mirano a configurare le prospettive future e le aspettative delle persone interessate a partecipare al processo di sviluppo del villaggio preso in esame. In occasione di ogni seminario, vengono invitati i rappresentanti di due o tre comuni inseriti da poco nel Programma regionale di sviluppo. Questi ultimi, ricorrendo alla figura di un consulente e facendo affidamento sui servizi amministrativi competenti, devono presentare un progetto di sviluppo nel corso dei due anni successivi alla loro introduzione nel Programma.

Ai cinque servizi del Land coinvolti nell'iniziativa di riassetto e di sviluppo rurale spetta il compito di informare i comuni sulle opportunità formative offerte dal Laboratorio. In seguito, l'HVHS prende contatto con i sindaci dei villaggi, sollecitandoli affinché rispondano all'offerta di formazione. In caso affermativo, l'HVHS decide con questi ultimi il contenuto dei seminari.

Il 65% delle persone che partecipano all'operazione sono cittadini impegnati nella vita del villaggio, il resto è costi-

tuito da amministratori e funzionari municipali, professionisti esperti nella gestione dello spazio rurale, nonché da responsabili dei servizi regionali coinvolti nel Programma di sviluppo.

Dopo una descrizione introduttiva, con l'ausilio di cartine, materiale fotografico, video, ecc., vengono costituiti alcuni gruppi di lavoro cui è affidato il compito di definire i principali assi di sviluppo del villaggio e di stabilire l'ambito di intervento (chi fa cosa, con chi e con quali tempi). Il lavoro è coordinato da animatori professionisti, che ricorrono a tecniche di coinvolgimento del pubblico affinché i partecipanti possano proporre gli orientamenti strategici da seguire.

I risultati di tali riflessioni sono resi pubblici e, al termine di ogni seminario, il Laboratorio elabora altresì alcuni documenti specifici relativi al contesto di ogni villaggio. Tali informazioni non sono vincolanti ma vengono messe a disposizione dei comuni come orientamento alle azioni di sviluppo possibili da attuare con la partecipazione della popolazione. Dal 1995 sono stati inoltre introdotti i seminari tematici (anch'essi di due giorni) al fine di estendere ed approfondire l'offerta formativa su alcuni argomenti emersi nell'ambito dei seminari generici. I seminari sono aperti a tutti e vertono su svariati temi quali: lo sviluppo locale autonomo, le nuove tendenze e i nuovi approcci in ambito turistico, l'organizzazione di feste di paese, la creazione di un'immagine territoriale, ecc.

Al programma formativo sono stati affiancati diversi viaggi-studio della durata di alcuni giorni, per fare in modo che i partecipanti vengano a contatto con esperienze concrete e si facciano un'idea delle operazioni di sviluppo attuate in altri villaggi di altri Länder tedeschi. I partecipanti sfruttano queste visite sul campo per stringere relazioni con operatori di altri comuni coinvolti in iniziative di sviluppo analoghe.

Il Laboratorio ha inoltre creato un servizio di documentazione per consentire ai partecipanti di accedere agevolmente a svariati strumenti metodologici: letteratura specializzata, esempi di buone pratiche, supporti audiovisivi, ecc. A tale proposito merita altresì citare l'allestimento di una mostra permanente dal titolo "Bauen auf dem Lande" (Costruire in campagna).

In cinque anni di attività (1994-1999), il Laboratorio ha riunito circa 2 000 persone, 1 500 delle quali hanno preso parte ai seminari generici, 300 ai seminari tematici e 200 ai viaggi-studio.

IL BRANDEBURGO

Pur essendo situato intorno all'area di Berlino, il Land del Brandeburgo presenta caratteristiche demografiche del tutto particolari: il 70% degli abitanti (2,6 milioni) vivono in piccoli e spesso piccolissimi comuni rurali penalizzati da gravi carenze in termini di attrezzature e di infrastrutture. La riunificazione tedesca del 1990 ha dato l'avvio ad un vasto processo di ristrutturazione, soprattutto in campo agricolo, che ha portato il tasso di disoccupazione al 18% e ha generato un esodo rurale massiccio.

Il progetto LEADER II "Landwerkstatt" viene portato avanti dall'associazione "Heimvolkshochschule am Seddiner See", ente di formazione continua che dal 1992 opera a favore della partecipazione attiva della popolazione nella vita dei territori rurali del Brandeburgo. Fra i membri di questo ente, ricono-

Uno dei principali problemi che il Laboratorio deve affrontare è legato al fatto che la domanda relativa ai seminari generali dipende dal numero dei comuni che partecipano al Programma regionale. Infatti, a causa dei pesanti tagli di bilancio imposti al Programma nel 1998, il numero dei comuni partecipanti è sceso a 8 (contro i 18 del 1997 e i 23 del 1994). In compenso, la partecipazione ai seminari e alle visite sul campo è nettamente aumentata: 159 persone vi hanno preso parte nel 1998, rispetto alle 82 del 1995.

Bilancio e fonti di finanziamento

Fra il 1994 e il 1999 il Laboratorio rurale di formazione ha ricevuto un contributo finanziario di 322 194 EUR (630 157 marchi tedeschi) dall'Unione europea e di 107 397 EUR (210 052 marchi tedeschi) da parte del Land del Brandeburgo ai sensi del programma LEADER. Inoltre, il contributo finanziario dei partecipanti (23 EUR a persona circa) ha costituito una somma integrativa di 57 349 EUR (112 165 marchi tedeschi).

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Il Laboratorio rurale di formazione ha portato alla nascita di un nuovo spazio di incontro e di scambio fra cittadini, amministratori pubblici, funzionari e attori locali. La metodologia adottata durante i seminari e gli strumenti elaborati in comune rafforzano la coesione sociale e l'impegno degli abitanti nello sviluppo locale. L'obiettivo del Laboratorio ("farsi carico del proprio sviluppo") è quasi sempre raggiunto e i gruppi di lavoro costituiti all'interno dei seminari si configurano come nuove forme di partnership locale.

Identità della regione

La diagnosi dei bisogni di un territorio consente di cogliere l'identità profonda di ogni villaggio: accanto ai punti forti, alle debolezze, alle minacce e alle opportunità, spiccano gli elementi comuni alla radice di quell'identità ed emergono le esperienze acquisite per rispondere alle sfide legate all'evoluzione della società globale. In tal modo, i seminari generici conducono spesso ad una ridefinizione delle priorità e all'elaborazione di nuovi progetti finalizzati a rafforzare la coesione sociale: sale polivalenti, spazi giovani, centri ricreativi, ecc.

sciuto di utilità pubblica, figurano: la Federazione dei coltivatori del Land del Brandeburgo, la Chiesa evangelica di Berlino-Brandeburgo, la circoscrizione di Potsdam-Mittelmark, nonché l'Unione delle donne rurali del Brandeburgo. La Heimvolkshochschule organizza corsi di perfezionamento per gli agricoltori, avvia i giovani alla vita politica locale, studia argomenti e approfondisce temi legati alla Chiesa e alla religione, ecc.

Contattare

Herm. Dr. Benthin
Heimvolkshochschule am Seddiner See e.V.
Seeweg 2
Germania - 14554 Neuseddin
Tel: +49 3 32 05 4 65-16 - Fax: +49 3 32 05 4 65-19
E-mail: HVHS-SeddinerSee@gmx.de

BJÖRKSHULT (Svezia)

Un modello per lo sviluppo locale



L'azione

L'interesse e il coinvolgimento della comunità locale nello sviluppo della piccola zona di Björkshult (Svezia sudorientale), che sono cresciuti in modo costante sin dalla fine degli anni '80, hanno portato nei primi mesi del 1995 alla costituzione di un'associazione locale di cittadini. Alcuni studi realizzati nella zona in concomitanza con la creazione di quest'associazione hanno permesso di individuare le esigenze di sviluppo del territorio e le priorità della popolazione locale. L'associazione ha così potuto elaborare un piano di sviluppo per trattare due principali problemi della comunità locale: la disoccupazione e la qualità della vita. Con il sostegno di LEADER e l'intenso lavoro di volontariato svolto dalla popolazione locale, il consiglio locale è stato in grado di attuare questo piano denominato "Byamodellen" (Modello di sviluppo locale); promuovendo lo sviluppo di nuove attività ideate per migliorare la qualità della vita, il progetto tende a permettere la creazione in loco di nuove prospettive occupazionali.

Il contesto

Gli abitanti di Björkshult (un piccolo centro che comprende oltre al paesino di Björkshult vero e proprio anche la frazione limitrofa di Pikaböl) sono stati attivamente coinvolti nel rilancio della loro zona fin dall'inizio degli anni '80 in seguito alla chiusura della vetreria del villaggio, principale fonte di occupazione, e alla minaccia di spopolamento che gravava sul territorio. La partecipazione di Högby (un comune più vasto) al programma nazionale per favorire la democrazia a livello locale, denominato "Politica dei villaggi per gli anni '90", ha permesso di dimostrare le enormi potenzialità del livello locale quando i cittadini partecipano attivamente alla ricerca di soluzioni per fronteggiare problemi comuni.

Il punto di partenza

Nei primi mesi del 1995 un ristretto gruppo di abitanti della zona si è riunito con alcuni consiglieri rurali dell'amministrazione locale per elaborare un questionario al fine di esaminare le priorità di sviluppo della zona e valutare la disponibilità degli abitanti a partecipare ad un'azione per rilanciare il territorio. Una volta raccolte e analizzate le risposte fornite dai cittadini è stato indetto un incontro pubblico per costituire l'associazione locale. Il sondaggio aveva infatti suscitato un forte interesse nella comunità e alle prime assemblee parteciparono 60-70 persone su una popolazione complessiva di 100 abitanti.

Con un bilancio annuale di circa 3 350 ECU provenienti da varie fonti (amministrazione comunale, lotterie, spettacoli, ecc.), l'associazione locale ha finanziato una serie di progetti locali per introdurre alcune migliorie in paese, tra cui un

Elementi chiave

- > Un modello che indica come le associazioni locali di cittadini possano contribuire alla creazione di nuove prospettive di lavoro.
- > Una visione integrata dell'attività di sviluppo a livello locale basata sulla partecipazione della popolazione.
- > La creazione di una società per ampliare le attività economiche promosse dal progetto.

nuovo sistema di illuminazione, una zona di balneazione più attrezzata, alcuni parchi ed altre aree verdi. Nei primi mesi del 1996 il gruppo ha iniziato a progettare una strategia di sviluppo integrata che ha portato alla definizione del "Byamodellen" (Modello di sviluppo locale), un progetto finalizzato a creare nuove prospettive occupazionali introducendo misure volte a migliorare la qualità della vita del villaggio. I settori di intervento individuati per quest'azione erano l'ambiente, i servizi commerciali e pubblici, il turismo e la cultura. L'obiettivo finale del progetto era testare e definire un modello che consentisse un netto sviluppo della collettività. Una domanda di finanziamento al gruppo LEADER Småland presentata nei primi mesi del 1997, e successivamente approvata, ha garantito un buon avvio del progetto.

Attuazione

Nel villaggio è stato nominato un responsabile di progetto a tempo parziale che ha il compito di informare il consiglio locale in merito allo svolgimento del progetto. Sono stati inoltre creati quattro gruppi di lavoro, composti da un numero variabile di residenti (da 5 a 30) e coordinati dal responsabile di progetto, che portano avanti l'attività di sviluppo nei seguenti settori: turismo, terza età, artigianato e questioni trattate nell'Agenda 21.

La fase introduttiva del progetto prevedeva la definizione e la programmazione delle azioni da realizzare. Per sfruttare appieno l'imminente stagione estiva è stato deciso di concentrare l'intervento sull'avvio delle attività turistiche ed ambientali previste dal piano strategico. È stato pertanto costruito un nuovo campeggio ed un fabbricato rustico è

stato ristrutturato e convertito in punto vendita dei prodotti artigianali locali. Due donne del luogo, disoccupate, sono state assunte a tempo parziale per gestire queste attività. Ai proprietari dei bungalow utilizzati per le vacanze durante la stagione estiva è stato proposto un servizio di manutenzione e giardinaggio a pagamento. Questo tipo di servizio ha riscosso un notevole successo, ma dovrà essere sviluppato ulteriormente (più clienti e tariffe più alte) per essere veramente redditizio e creare posti di lavoro stabili.

In campo ambientale è stata creata, in collaborazione con una società di riciclaggio situata nelle immediate vicinanze del paese e con il titolare della vetreria ormai chiusa di Björkshult, una piccola impresa di riciclaggio del vetro con una fonderia ed un impianto per la pulitura delle bottiglie. Quest'azione ha permesso di creare un posto di lavoro a tempo parziale.

Le attività destinate alla comunità sono state avviate al termine della stagione turistica. Sono sorti vari servizi di volontariato per la terza età ed è stato allestito un ambulatorio diurno a Björkshult per far sì che gli anziani non debbano più recarsi nella città di Högby a tale scopo. Poiché questi servizi gratuiti dovrebbero essere erogati dal settore pubblico, il progetto sta tentando di ottenere il sostegno dell'amministrazione locale.

Un altro programma elaborato dal gruppo di lavoro su Agenda 21 riguarda la raccolta differenziata dei rifiuti domestici prodotti dalle famiglie di Björkshult e di due paesi vicini, nonché il trasporto dei rifiuti in due grandi cassonetti situati all'esterno dei villaggi. Questa attività è stata possibile perché un abitante del paese ha messo a disposizione il proprio furgone a tale scopo. Anche in questo caso il servizio è gratuito, sebbene attualmente vi siano delle trattative in corso con il comune di Högby in merito alla possibilità di introdurre una forma di tassa comunale per coprire i costi del servizio. Il progetto sta inoltre valutando l'opportunità di contattare la società responsabile dello svuotamento dei cassonetti, al fine di ottenere una qualche forma di sostegno o sponsorizzazione.

Nel gennaio del 1998 è stata creata un'impresa per realizzare attività "a scopo di lucro". Le attività lucrative sono state separate da quelle non-profit per motivi legali e fiscali, ma anche per tranquillizzare numerosi abitanti del paese che

si sentivano a disagio per il fatto di essere coinvolti in una società commerciale. L'associazione "BUC" è composta da circa 25 soci che hanno sottoscritto un contratto, impegnandosi a prestare un servizio di volontariato minimo di 25 ore l'anno.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il bilancio complessivo di questo progetto triennale ammonta a 102 000 ECU, di cui 51 000 ECU finanziati da LEADER (il 30% è stato stanziato dall'UE ed il restante è stato sostenuto dalle autorità locali e regionali). Il cofinanziamento privato è rappresentato prevalentemente da contributi in natura (volontariato), nonché dal reddito generato dalle attività create.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Nell'ambito dei vari gruppi di lavoro, la comunità locale ha potuto esprimere varie idee e proposte per promuovere lo sviluppo di Björkshult e vederne realizzate alcune grazie al lavoro di volontari fortemente motivati. Il progetto non si limita alla sola creazione di posti di lavoro, ma tende anche a coinvolgere l'intera comunità nella ricerca di soluzioni per fronteggiare problematiche comuni, quali ad esempio lo smaltimento dei rifiuti, il turismo ed i servizi pubblici.

Attività e occupazione

Sin dal principio il progetto ha permesso di creare vari impieghi a tempo parziale (corrispondenti a 1,5 posti di lavoro) che entro la fine del periodo di programmazione dovrebbero salire a 4-5 posti a tempo pieno. Questa cifra può sembrare limitata, ma è importantissima per un villaggio con una popolazione di soli 100 abitanti.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

L'integrazione di tematiche ambientali (ad esempio il trattamento dei rifiuti) nell'ambito del progetto tende a sensibilizzare la popolazione locale al rispetto e alla tutela dell'ambiente.

BJÖRKSHULT

Il paesino di Björkshult (100 abitanti) fa parte della circoscrizione di Fagerhult (1 000 abitanti) che, a sua volta, dipende dal comune di Högby (Contea di Kalmar, Svezia sudorientale). In questa circoscrizione le principali fonti occupazionali sono rappresentate dal servizio pubblico e dall'agricoltura su scala ridotta (prevalentemente su terreni boschivi). Nel 1998, nella circoscrizione di Fagerhult vi erano 64 disoccupati.

Contattare

Ewa Engdahl
LEADER Smålandsgruppen FGH
Sinnerbo 3099
S-579 92 Högby
Tel.: +46 491 230 20
Fax: +46 491 230 70
E-mail: smalandsgruppen@hogsby.se

Roger Samuelsson
Direttore del progetto
Tel.: +46 481 70011
Fax: +46 481 70356

LAUWERSLAND/FRISIA NORDOCCIDENTALE (Groningen/Frisia, Paesi Bassi)

Il programma LEANOVA: innovazione nelle piccole imprese rurali



L'azione

LEANOVA è un programma che promuove l'innovazione nelle piccole imprese rurali delle zone LEADER olandesi del Lauwersland e della Frisia nordoccidentale. Quest'azione invita esperti di varie organizzazioni (centri tecnologici e di ricerca, società, ecc.) a lavorare con le piccole imprese per superare le difficoltà che ne impediscono la crescita. Elaborato dall'Università di Twente, LEANOVA si ispira ad un programma analogo, "Innova", attuato dall'università in un'altra regione dei Paesi Bassi.

Elementi chiave

- > Collaborazione tra due gruppi LEADER, un'università ed un incubatore per definire un programma di sviluppo delle imprese rurali.
- > Applicazione di un modello di sviluppo aziendale già sperimentato in un'altra zona dei Paesi Bassi.
- > Creazione di uno strumento che consente di trasferire alle piccole imprese le conoscenze e le esperienze degli esperti.
- > Introduzione di nuove tecniche e tecnologie nelle piccole imprese per aumentare la competitività e favorire lo sviluppo.

Il contesto

La scarsa densità di popolazione, l'assenza di grandi aziende e la dipendenza dall'agricoltura hanno contribuito a ridurre drasticamente le prospettive occupazionali in due zone LEADER dei Paesi Bassi, la Frisia nordoccidentale e il Lauwersland. Questa situazione ha portato ad un tasso di disoccupazione altissimo, pari a quasi il doppio rispetto alla media nazionale. I GAL della Frisia nordoccidentale e del Lauwersland hanno deciso di intervenire per rilanciare l'occupazione nella zona, offrendo il loro sostegno alle piccole e medie imprese. Si è concentrata l'attenzione su quelle P.M.I. che presentavano un buon potenziale di crescita, sebbene fossero prive del dinamismo necessario per espandersi.

Il punto di partenza

I GAL hanno deciso di sottoporre la loro idea al Centro di Sviluppo Regionale dell'Università di Twente in quanto l'istituto aveva già maturato una vasta esperienza di intervento con le PMI, soprattutto per quanto riguarda l'introduzione delle innovazioni nelle piccole e medie imprese. In collaborazione con il DBF (Doatpen en Bedriuw Fryslan), un incubatore per imprese rurali creato dai due gruppi LEADER, l'università ha presentato la sua proposta di progetto relativa al programma "LEANOVA" ("la zona LEADER intraprende azioni innovative"). Ispirato ad un modello analogo realizzato dall'Università in un'altra regione dei Paesi Bassi, LEANOVA è un programma di innovazione destinato alle PMI per dare un impulso alla produzione industriale e incrementare l'occupazione.

Il progetto LEANOVA promuove il dinamismo delle imprese o l'introduzione dell'innovazione; in altre parole, le imprese devono seguire attivamente un processo di adattamento o anticipare i cambiamenti del settore commerciale per poter seguire gli sviluppi del mercato ed essere competitive. Per favorire l'innovazione delle PMI, il programma invita i dipartimenti degli istituti scientifici, le aziende e le società di consulenza specializzate a trovare, in collaborazione con le stesse PMI, soluzioni innovative ai problemi che impediscono a queste aziende di crescere. I rapporti ormai consolidati tra l'università e questi vari organismi sono stati fondamentali per avviare il progetto.

Attuazione

Il programma LEANOVA, avviato nel secondo semestre del 1998, ha interessato nei suoi due anni di programmazione 20 piccole e medie imprese dei seguenti comparti industriali: fabbricazione di prodotti in acciaio o metallo, ingegneria elettrotecnica, ingegneria meccanica e della lavorazione, industria navale. Sebbene in questa regione rurale e costiera vi siano PMI che operano in questi settori da molto tempo, numerose imprese non sono state in grado di adeguare i loro prodotti e i loro mercati a fronte del declino dell'attività agricola.

Le PMI che partecipano al programma sono selezionate da un Comitato direttivo composto dai rappresentanti del DBF, un centro per lo Sviluppo Regionale dell'Università di Twente, del Centro tecnologico dell'Olanda settentrionale, nonché da un direttore di banca e da un commercialista.

Le imprese che si sono rivolte ai responsabili del programma per richiedere assistenza sono state sottoposte ad un esame preliminare prima di essere ammesse alla selezione finale. Non esistono criteri prestabiliti, sebbene il progetto favorisca le piccole imprese (con un organico di 1-20 persone). Per superare la selezione, le PMI devono disporre delle risorse necessarie in termini di forza lavoro e tempo per portare a buon fine il processo innovativo, nonché avere risorse finanziarie sufficienti per sostenere una parte delle spese di ricerca. Una volta accettate, le PMI seguono un programma suddiviso in 6 fasi:

1. discussione preliminare: si discutono le opportunità e le opzioni innovative;
2. verifica: si esaminano le capacità dell'impresa in termini tecnologici ed economici; si valutano i rischi e la possibilità di attuare idee e concetti innovativi;
3. decisione: qualora la verifica indichi l'esistenza di valide opportunità innovative, il Comitato direttivo cerca un partner di progetto, oppure un "gemellaggio" all'interno della rete;
4. piano innovativo: il partner e la PMI lavorano insieme per elaborare una strategia;
5. attuazione: il piano viene attuato con l'aiuto del partner;
6. lavoro in rete: una volta ultimato il piano, il partner esce di scena, mentre le PMI devono creare una rete di scambio. Esse si incontrano 12 volte nei 2 anni successivi per scambiarsi informazioni, preparare studi dei casi, ecc. Questa rete è particolarmente importante per le PMI che subentrano nel programma.

Il programma LEANOVA è stato avviato alla fine del 1998 e le otto imprese che vi partecipano attualmente non hanno ancora ultimato la seconda fase. Sulla base delle verifiche condotte in varie aziende sono già state individuate le soluzioni tecnologiche che richiedono l'apporto degli istituti di ricerca, tra cui l'applicazione della tecnologia laser per tagliare i metalli e lo sviluppo di tecniche di densità per separare le materie plastiche miste di scarto. Tra l'avvio ed il completamento del programma intercorre generalmente un periodo di circa 4 mesi.

LAUWERSLAND e FRISIA NORDOCCIDENTALE

Il Lauwersland e la Frisia nordoccidentale sono due zone LEADER limitrofe situate sulla costa nord e nordoccidentale dei Paesi Bassi. Il Lauwersland comprende 7 comuni di due province, 4 nella parte nordoccidentale della Frisia e 3 nella parte nordoccidentale di Groningen. La zona LEADER della Frisia nordoccidentale comprende 6 comuni. Complessivamente essi coprono una superficie di 1.368 km², con una popolazione di circa 185.000 abitanti. Nella zona del Lauwersland non vi sono grandi centri urbani e nella Frisia nordoccidentale vi sono solo 3 cittadine, ognuna delle quali con circa 10.000 abitanti. In entrambe le zone predomina l'agricoltura, sebbene l'industria per la lavorazione dei prodotti alimentari abbia una notevole importanza nel Lauwersland.

Bilancio e fonti di finanziamento

Per questo progetto si calcola un bilancio complessivo di 1,5 milioni di ECU. Le due zone LEADER hanno fornito un contributo complessivo di 500.000 ECU (200.000 ECU stanziati dall'UE, 200.000 dalle Province e 100.000 dallo Stato), il settore privato ha contribuito con 600.000 ECU (sotto forma di contributi in natura e pagamento del 50% dei costi di ricerca previsti), mentre la somma restante proviene da varie fonti.

Elementi innovativi per il territorio

Competitività e accesso al mercato

Il programma LEANOVA tende a creare occupazione e a migliorare la capacità produttiva delle piccole imprese rurali. In passato queste aziende dipendevano dal comparto agricolo che rappresentava il loro mercato principale, ma molte non sono state in grado di adattare le proprie attività per conservare la loro competitività e cercare nuovi mercati. LEANOVA promuove l'introduzione di innovazioni nelle piccole imprese invitando gli organismi competenti, quali gli istituti scientifici, le grandi aziende e le società di consulenza, a mettere a disposizione la loro competenza in materia.

Sviluppo tecnologico

Il trasferimento delle conoscenze e delle esperienze dagli organismi competenti alle PMI è uno degli elementi chiave del programma LEANOVA. Questo processo consente di introdurre nelle piccole imprese tecnologie e processi nuovi o, talvolta, addirittura all'avanguardia. La creazione di una rete di imprese partecipanti al programma è un tentativo di mantenere la cultura innovativa all'interno delle aziende stesse.

Nel 1996 il tasso di disoccupazione nel Lauwersland e nella Frisia nordoccidentale era, rispettivamente, del 13 e del 16%.

Contattare

Bart Bagerman
Lauwersland LEADER
Strandweg 1
NL-9976 VS Lauwersoog
Tel.: +31 519 349090
Fax: +31 519 349095
E-mail: leader.lauwersland@tref.nl

MAESTRAZGO-TERUEL (Aragona, Spagna)

Un sodalizio fra università e operatori dello sviluppo locale



L'azione

Fin dagli esordi di LEADER I nel 1991, il gruppo Maestrazgo ha fatto del lavoro con i ricercatori universitari una regola imprescindibile del proprio operato. Oggi questo sodalizio con l'università si è esteso a numerosi ambiti e oltre alla conoscenza e alla valorizzazione delle risorse del territorio ha contribuito a trasformare una zona remota e deserta in un luogo di formazione in grado di attrarre persone di un certo livello culturale e intellettuale.

Il contesto

Situato in Aragona meridionale, il Maestrazgo de Teruel rappresenta un esempio emblematico di territorio rurale minacciato dalla desertificazione. I suoi due settori di attività tradizionali, l'agricoltura e lo sfruttamento del carbone, sono in crisi, mentre l'esodo rurale verso i grandi centri urbani più vicini colpisce inesorabilmente un territorio di per sé già scarsamente popolato (5 ab./km²).

Dati i presupposti, per rilanciare lo sviluppo locale era fondamentale fare leva su una duplice strategia: a breve termine, si trattava di mantenere le popolazioni ancora presenti sul territorio, mentre a più lungo termine era necessario creare nuove opportunità economiche basate sulla valorizzazione delle risorse locali. Questo secondo asse strategico ha richiesto un lavoro di ricerca pratica che, oltre a realizzare un inventario e un'analisi delle risorse esistenti, assicurasse la comunicazione delle conoscenze acquisite rispetto alle risorse stesse e creasse le condizioni per valorizzarle economicamente con le popolazioni locali.

L'Aragona possiede un'università la cui sede e le cui attività principali sono localizzate a Saragozza, con alcune facoltà parzialmente decentrate a Huesca e a Teruel. Quest'ultima città, la più vicina a Maestrazgo, ospita alcuni dipartimenti di storia, geologia e archeologia. Fino alla fine degli anni 80, l'università viveva piuttosto scollegata dalla realtà socio-geografica locale, nel senso che si occupava dello studio di argomenti ben precisi, di indiscusso valore accademico, ma senza alcun collegamento con il contesto territoriale in cui si svolgevano le ricerche. Ad esempio, nel Maestrazgo esiste un sito paleontologico (fossili di dinosauri) di fama internazionale sul quale l'università di Saragozza aveva lavorato durante gli anni 60, ma quei lavori non avevano prodotto alcuna ricaduta a livello locale. Con l'avvento degli anni 90, invece, l'università si è notevolmente evoluta e ha iniziato ad intervenire anche nell'ambito dello sviluppo socio-economico.

Elementi chiave

- > Ricerca e sviluppo inserite in una strategia d'azione a lungo termine, portata avanti dal gruppo di azione locale (GAL), con l'obiettivo di tutelare e rivalutare alcune risorse locali e volta a creare nuove opportunità economiche in un territorio in declino.
- > Coinvolgimento delle università regionali nello sviluppo locale.
- > Politica di assunzione di giovani tecnici attraverso una partnership con l'università.
- > Mobilitazione di risorse finanziarie complementari al programma LEADER per la ricerca.

Il punto di partenza

Nel 1991, grazie al programma LEADER, nasce il Centro di Sviluppo di Maestrazgo (CDM), il cui gruppo tecnico di animazione dichiara immediatamente la propria volontà di creare collegamenti stretti fra l'ambiente universitario e gli operatori dello sviluppo rurale.

Traendo ispirazione da un'esperienza francese, gli operatori del GAL decidono di creare su tutto il territorio di Maestrazgo un "Parco culturale", vale a dire uno spazio geografico in cui tutte le risorse presenti siano "interpretate" (che si tratti di risorse naturali, paleontologiche, archeologiche e antropologiche). Vengono stabiliti contatti con i dipartimenti di storia, geologia/geomorfologia e archeologia dell'università di Saragozza a Teruel.

Inizia un lavoro di ricerca sul campo che introduce ad una tripla evoluzione nelle pratiche universitarie:

- > non si tratta più di limitarsi ad argomenti di ricerca ad alto valore accademico, bensì di effettuare un'analisi sistematica dell'esistente;
 - > il lavoro viene portato avanti con l'obiettivo di valorizzare il luogo e di comunicare i risultati al grande pubblico, non limitandosi più allo stretto mondo scientifico;
 - > l'opera di ricerca e di valorizzazione è condotta con e per le popolazioni locali, in un'ottica di sviluppo sostenibile.
- Dopo tre anni di lavoro, il "Parco culturale di Maestrazgo" si è arricchito di numerosi elementi che costituiscono altrettanti poli di attrazione: il parco geologico di Aliaga, dove al visitatore viene proposta un'interpretazione della geomorfologia della zona; un centro di interpretazione paesaggistico ed ecologico; un centro etnografico, nonché un parco paleontologico.

Attuazione

Forte di questa esperienza, il GAL ipotizza allora altre forme di collaborazione con l'università. L'avvio di un programma LIFE nel 1994

ne offre lo spunto. Infatti, il programma LIFE prevede la realizzazione di un Sistema di Informazione Geografico (SIG) che consente di sistematizzare la raccolta e l'aggiornamento di informazioni sulle risorse naturali e sugli ecosistemi di un territorio. A tal fine il territorio di Maestrazgo ottiene la collaborazione della facoltà di geografia dell'università di Saragozza.

La tutela delle risorse acquatiche locali emerge in seguito come un'emergenza da gestire in tempi rapidi, e diventa un tema federatore per il territorio. Il GAL elabora un "Piano di ripristino dei fiumi del Maestrazgo" e ipotizza la creazione di un "Parco fluviale" intorno al principale corso d'acqua, il Guadalupe. Nel 1997 il governo spagnolo attiva un Fondo nazionale per la riconversione delle zone minerarie: quest'iniziativa diventa l'occasione per dare corpo al progetto. Il fondo prevede un'ingente quantità di denaro (54 milioni di EUR all'anno per una durata di 8 anni) destinato prioritariamente alle infrastrutture. Una parte del fondo, tuttavia, (4 milioni di EUR all'anno) è disponibile anche per altre attività. Poiché il fondo deve essere gestito dalle amministrazioni municipali, il GAL propone e ottiene la costituzione di tre consorzi comunali corrispondenti a tre bacini idrografici.

Il Piano per il ripristino dei corsi d'acqua viene concepito in base ad obiettivi ecologici (depurazione delle acque, azioni miglioratrici sugli argini e sulla fauna, analisi dell'erosione del suolo a monte), ma anche sociali (formazione delle popolazioni locali, miglioramento della gestione comunale, recupero del fiume come elemento di identità culturale) ed economici (costruzione di depuratori per il trattamento delle acque, sviluppo turistico).

Sia l'elaborazione che l'attuazione stessa del Piano sono state realizzate grazie ad un approccio multidisciplinare che ha coinvolto vari dipartimenti e facoltà dell'università di Saragozza. I contatti avviati in tal senso hanno portato ad esplorare nuovi canali di ricerca a favore dello sviluppo rurale, in particolare:

- > con il dipartimento di storia contemporanea è stato intrapreso un lavoro sull'identità culturale del Maestrazgo (la resistenza che ha caratterizzato questa terra durante l'800 e le esperienze di gestione anarchica dell'inizio del '900, su cui si è innestata la storia sociale delle miniere, sono diventate oggetto di studio e hanno condotto all'organizzazione di un convegno nel giugno del 1997, nonché alla pubblicazione di varie opere);
- > con la facoltà di economia è stato avviato un lavoro relativo alla gestione razionale dell'acqua;
- > sempre nel 1997 sono stati avviati contatti con la facoltà di ingegneria industriale, finalizzati allo studio di forme di produzione energetica compatibili con lo sviluppo sostenibile del territorio. Gli universitari hanno proposto l'installazione di una centrale elettrica alimentata a biomassa e hanno portato avanti un

IL MAESTRAZGO DE TERUEL

Situato nella porzione meridionale dell'Aragona, il Maestrazgo de Teruel (2 789 km²) è un territorio montagnoso e asciutto a forte connotazione mediterranea, con una popolazione di 14 423 abitanti, ossia la metà rispetto al 1960. La scarsissima densità demografica (5,17 ab./km²), e la rete stradale particolarmente disagiata rendono difficoltose le comunicazioni (il capoluogo regionale, Saragozza, dista un'ora e mezza di strada). La dismissione delle miniere di carbone, principale fonte di occupazione per la regione, ha peggiorato la situazione economica di questa zona LEADER.

certo numero di ricerche fra cui la più importante è il Progetto Regionale di Integrazione delle energie Rinnovabili (PRIER), finanziato dal programma europeo ALTENER.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il programma LEADER ha finanziato il 35% del costo delle pubblicazioni relative alla costituzione del Parco culturale: l'Iniziativa comunitaria ha contribuito con 3 000 EUR alla realizzazione del convegno, in partnership con il dipartimento di storia contemporanea; tuttavia, la maggior parte dei lavori di ricerca hanno attinto a finanziamenti non LEADER: LIFE, altri programmi europei, il Fondo spagnolo di Riconversione delle Miniere.

Elementi innovativi per il territorio

Sodalizio fra università e gruppo LEADER

Il processo ha trasformato radicalmente le relazioni fra l'università e le strutture di sviluppo rurale. Anche l'impostazione della ricerca è cambiata: "Le università erano scollegate dal contesto sociale; oggi operano in modo profondamente integrato con questo". Questa valutazione proviene dai responsabili del GAL e riassume correttamente il cambiamento di mentalità verificatosi. Oggi, le attività di ricerca integrate alle azioni di sviluppo territoriale si diffondono rapidamente all'interno dell'università e anche l'immagine di quest'ultima sta cambiando: da istituzione dedicata ad attività di natura meramente accademica, l'università è ormai percepita come un vero e proprio operatore dello sviluppo economico della regione.

Allo stesso modo, i legami fra il gruppo LEADER e l'università si sono estesi e rafforzati, consentendo così al GAL di coinvolgere più facilmente i ricercatori in numerose specialità.

L'evoluzione di tali rapporti è stata suggellata dalla firma di un protocollo di cooperazione fra l'università di Saragozza e il Centro di Sviluppo del Maestrazgo nel luglio del 1998. Tale protocollo agevola in particolare l'inserimento di giovani universitari come stagisti nella regione. I collegamenti con l'università hanno consentito altresì ai responsabili del GAL di accumulare nuove conoscenze riguardanti sia il territorio che lo sviluppo rurale in genere. Inoltre, questo patrimonio ha potuto essere valorizzato grazie alla creazione della "Scuola di Sviluppo rurale del Maestrazgo", insediata presso i locali del GAL.

Immagine del territorio

La vecchia immagine di un territorio povero e abbandonato è stata ormai sostituita da quella di una zona ricca per le molteplici risorse naturali, archeologiche, storiche, ecc., polo di sviluppo di una nuova dinamica imprenditoriale.

Contattare

Miguel Angel Gracia, Javier Dias, Mateo Andrés
Centro de Desarrollo de Maestrazgo
Plaza Mayor, 1
Spagna - 44556 Molinos (Teruel)
Tel: +34 978 849 431
Fax: +34 978 849 303
Email: cedemate@arrakis.es

BASSO FERRARESE (Emilia Romagna, Italia)

"Delta 2000": animazione economica e promozione



L'azione

Grazie ad un intervento di promozione territoriale, avviato nel 1995, il gruppo LEADER Delta 2000, oltre ad affermare la propria legittimità in quanto agenzia di sviluppo, ha potuto generare una nuova dinamica economica locale attraendo nel Basso Ferrarese (territorio dell'Obiettivo 5b) nuove aziende alla ricerca di spazi insediati e di opportunità. Il gruppo ha realizzato un "pacchetto localizzatore", corredato di una guida ("Perché investire nel Basso Ferrarese?") che illustra, sotto forma di schede, i vantaggi che esistono nell'insediarsi nella regione (vie di comunicazione vicine, prezzo al m², ecc.), le caratteristiche della forza lavoro, gli spazi e i locali disponibili per impiantare un'impresa, le possibilità di ottenere finanziamenti pubblici, ecc.

Elementi chiave

- > Stimolo alla dinamica locale in base al principio che l'imprenditorialità si diffonde "per contagio" e può essere incentivata attraverso metodi semplici.
- > Creazione di uno sportello unico di informazione per le imprese e di un servizio di supporto per chi cerca lavoro.
- > Approccio modulato in base al contesto e alle possibilità per la zona di accogliere nuovi investimenti.
- > Realizzazione di un "pacchetto localizzatore" destinato agli imprenditori interessati ad investire nel territorio.
- > "Marketing territoriale", attraverso il principale giornale economico-finanziario italiano - Il Sole 24 Ore -, nonché diffusione della guida "Perché investire nel Basso Ferrarese?", in particolare fra le associazioni imprenditoriali delle province limitrofe.

Il contesto

Situato nel delta del Po, il Basso Ferrarese ha beneficiato, nei primi anni del XX secolo, di importanti lavori di bonifica delle paludi che hanno consentito di destinare alle colture 100 000 ettari di terre, facendo emergere sul territorio una nuova vocazione agricola. Le terre strappate alle paludi sono state distribuite fra varie famiglie, solitamente povere e con bassi livelli di istruzione. L'insediamento di nuove popolazioni provenienti dalle varie regioni italiane ha conferito al territorio un carattere culturale eterogeneo.

Dopo la seconda guerra mondiale, il Basso Ferrarese ha subito un forte esodo rurale e le persone rimaste si sono lasciate avvicinare da un forte senso di apatia che ha impedito loro di cogliere le opportunità offerte dalla democratizzazione dell'istruzione pubblica, il che ha rafforzato l'isolamento culturale del territorio.

Nonostante le potenzialità turistiche delle zone umide del delta non è nato nessun vero legame fra queste ultime e il turismo della costa, estremamente sviluppato in Emilia Romagna; addirittura la creazione del Parco Regionale del delta del Po, nel 1994, finalizzata alla conservazione e alla tutela dei biotopi palustri ancora integri, ha incontrato forti opposizioni sia nella popolazione che nei poteri pubblici locali. D'altro canto, il basso grado di istruzione ancora presente fra i giovani si traduce in una scarsa qualificazione professionale, causa prima degli alti livelli di disoccupazione che penalizzano questo territorio (i tassi oscillano fra il 18% e il 25%), il Basso Ferrarese costituisce pertanto una "sacca di povertà" rispetto alle altre regioni nord-orientali dell'Italia, particolarmente prospere. Tale aspetto è ancora più preoccupante visto che la zona dispone di accessi facili verso centri importanti come Bologna (45 km) o Ferrara (20 km).

Il punto di partenza

Nel 1994, la nascita di una partnership fra 4 comuni e 5 consorzi di produttori ha portato alla costituzione di una struttura, "Delta 2000", avente come obiettivo l'avvio di un processo di sviluppo locale partendo dal Parco del Delta del Po. Il problema principale, fin dall'inizio del progetto, è stato quello di ridare dinamismo ad un territorio i cui abitanti considerano il parco naturale un ostacolo alle attività tradizionali (agricoltura, pesca, edilizia) anziché un'opportunità per avviare nuove attività. Era quindi indispensabile generare un cambiamento di mentalità, ma le persone disposte ad investire nelle risorse ambientali (cercando nuovi rapporti con l'agricoltura e il turismo, ad esempio) erano molto poche. Non va dimenticato che la stessa struttura "Delta 2000" doveva a sua volta conquistarsi una credibilità.

Attuazione

Alla fine del '95 Delta 2000 si trova di fronte ad una scelta strategica: abbandonare temporaneamente il progetto relativo al Parco e concentrare i propri sforzi sull'animazione economica del territorio e l'allargamento della partnership. Il gruppo apre uno sportello che si avvale di personale qualificato (due universitarie), destinato ad accogliere e orientare gli imprenditori. Viene avviato un intenso lavoro di sensibilizzazione, sotto forma di incontri, serate a tema, ecc., allo scopo di far conoscere l'esistenza dello sportello. Emergono quasi subito l'esigenza di fornire agli investitori potenziali informazioni sulla forza lavoro. Questo porta Delta 2000 a creare il servizio "Informalavoro", in collaborazione con le agenzie provinciali per l'occupazione e con la rete "Informa-giovani" che opera con i giovani e i disoccupati. A tale riguardo viene messa a punto una banca dati sull'occupazio-

ne, accessibile alle imprese (nel maggio 1998 i nominativi inseriti sono 2 578).

All'inizio del '96, Delta 2000 diventa Gruppo di Azione Locale LEADER (GAL) e acquisisce in tal modo una più ampia autonomia e una maggiore legittimità. Poco dopo il GAL si trasforma in società a responsabilità limitata (S.r.l.), estendendo la partnership iniziale a 27 soci (12 comuni, l'amministrazione provinciale, le camere di commercio, varie associazioni di settore).

L'adesione dei comuni e delle associazioni di settore consente di adottare una strategia globale, con lo scopo di attrarre in loco piccole e medie imprese facendo leva su un insieme di agevolazioni finanziarie (prezzi concorrenziali dei terreni, agevolazioni di pagamento) e amministrative (rinuncia totale o parziale da parte dei comuni all'imposta sulle attività professionali, procedure legali accelerate e più snelle, provvedimenti sociali a favore dell'occupazione).

Il GAL realizza un inventario dei terreni e dei locali che si prestano all'insediamento di unità produttive: vengono individuate 36 sedi su una superficie di 521 ettari.

Viene messo a punto un "pacchetto localizzatore" destinato agli imprenditori, diffuso sotto forma di guida ("Perché investire nel Basso Ferrarese?") presso le organizzazioni di categoria e le associazioni imprenditoriali. Questa pubblicazione illustra in modo particolareggiato le opportunità offerte dal territorio: aiuti e finanziamenti pubblici disponibili, incentivi alla creazione di occupazione, possibilità di formazione, ecc.

Il progetto, attuato grazie a fondi provinciali, regionali, nazionali e/o europei, è integrato da alcune azioni di "promozione territoriale", utilizzando gli inserti pubblicitari de Il sole 24 ore, principale giornale economico-finanziario italiano, e talvolta organizzando eventi presso le aziende recentemente insediate sul territorio ("giornate porte aperte", ecc.).

Bilancio e fonti di finanziamento

Lo sportello di informazione per le aziende e il servizio di supporto ai disoccupati sono stati finanziati da fondi 5b e dal programma LEADER per un ammontare pari a 50 000 ECU all'anno. Di gran lunga superiori sono le risorse fornite dai Fondi Strutturali Europei e dai programmi nazionali e regionali a favore delle imprese: Obiettivo 5b, Obiettivo 4 formazione continua, RETEX, PMI, Legge 488/92, sostegno agli investimenti delle PMI, Legge 608/96 Art.9, Legge 215/92 per l'imprenditoria femminile, Legge regionale 45/96, sostegno alla mobilità geografica, prestiti sull'onore, ecc.

IL BASSO FERRARESE

Il territorio del Basso Ferrarese comprende tutta l'area del Parco regionale del delta del Po e si estende su 12 comuni della provincia di Ferrara. La superficie (1 200 km²; 92 000 ab.; 77,5 ab. per km²) è caratterizzata dalla presenza di ambienti naturali molto diversi: valli, pianure coperte da foreste, porzioni di litorale ancora intatte, ecc.

Il territorio è parzialmente ammissibile ai sensi dell'Obiettivo 5b e del programma LEADER (sono interessati 845 km² e 58 400 ab.). La zona conosce gravi problemi di sviluppo socio-economico: il tasso di disoccupazione è il più alto fra tutte le zone svantaggiate dell'Emilia Romagna (18% con punte del 25%, mentre il tasso medio di disoccupazione della regione è dell'8%).

Elementi innovativi per il territorio

Immagine del territorio

Grazie alla promozione territoriale è stato possibile ridare dinamismo e competitività all'immagine di un territorio considerato marginale e poco capace di offrire opportunità produttive e occupazionali. Una newsletter periodica permette di conoscere le opportunità locali di investimento.

Attività e occupazione

Lo sportello di informazione per le imprese occupa 3 universitarie a part-time, mentre il servizio Informalavoro si avvale della collaborazione di un'universitaria che vi lavora 3 mattine alla settimana.

Attraverso il servizio Informalavoro 100 disoccupati di età compresa fra i 20 e i 35 anni hanno trovato un'occupazione: 98 nel settore metalmeccanico e 2 nei servizi. Grazie alla promozione territoriale il numero di imprese locali è salito da 14 a 39, 10 delle quali sono state create ex-novo e 15 sono filiali di aziende presenti nelle province vicine.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

Delta 2000 ha dissuaso dall'insediarsi sul territorio 3 aziende la cui attività avrebbe potuto rivelarsi nociva per l'ambiente, dal momento che il Parco regionale rimane sempre una risorsa imprescindibile per il territorio.

Migrazioni ed inserimento sociale e professionale

Il servizio Informalavoro ha consentito di frenare l'emigrazione creando mobilità all'interno dello stesso territorio, grazie ad una maggiore domanda di mano d'opera che è venuta a determinarsi. Gli utenti principali del servizio sono le categorie più fragili presenti sul mercato del lavoro: il 55% sono donne, il 65% delle quali hanno meno di 30 anni e il 63% non hanno fatto le medie superiori.

La percentuale di imprenditori è del 15% contro il 22% nel resto della regione. Soltanto il 5 - 11% della popolazione attiva ha raggiunto un grado di istruzione superiore (il 14% nelle altre zone svantaggiate dell'Emilia Romagna). In compenso, il Basso Ferrarese non soffre del problema dovuto all'invecchiamento della popolazione.

Contattare

Angela Nazzaruolo
GAL Delta 2000 Soc. Cons. S.r.l.
Via Garibaldi, 29
I-44020 Ostellato (FE)
Tel: +39 0533 681 180
Fax: +39 0533 680 515
E-mail: delta.2000@galactica.it

BURGWALD, KELLERWALD e KNÜLLGEBIET (Assia, Germania)

"Profil" - 3 Gruppi di azione locale e un programma di formazione per le imprenditrici delle zone rurali



L'azione

PROFIL è un programma di formazione volto a favorire l'imprenditoria femminile nelle zone rurali. Inizialmente realizzato nell'ambito di un progetto LEADER I attuato in una zona tedesca, questo modello di formazione è stato successivamente applicato a tre zone del programma LEADER II nella regione dell'Assia. Il programma PROFIL è destinato a favorire, a livello locale, la creazione di nuove attività rurali in grado di soddisfare l'esigenza di flessibilità delle donne, soprattutto quelle che intendono riprendere un'attività professionale. Orientando il programma verso la creazione di attività correlate con il turismo, i responsabili della formazione intendono migliorare al contempo la qualità delle infrastrutture locali in questo settore. Il turismo, infatti, è attualmente in declino, ma offre buone potenzialità per sostenere l'economia rurale.

Il contesto

La regione dell'Obiettivo 5b dell'Assia offre pochissime prospettive occupazionali a causa del declino del settore agricolo e della mancanza di attività industriali. L'assenza di imprese di medie dimensioni e di attività nel settore terziario, da sempre principali fonti di occupazione delle donne, riduce ulteriormente le prospettive di impiego della popolazione femminile. Molti residenti della zona lavorano nella cittadina di Kassel, a circa un'ora di distanza, ma questa soluzione non è realistica per le donne che desiderano trovare un'occupazione nella zona a causa dei loro impegni familiari.

Il punto di partenza

Assistendo alla presentazione di un progetto sull'imprenditoria femminile nelle zone rurali, gestito dal gruppo LEADER Rhön, il gruppo di azione locale Knüllgebiet (Assia, Germania) pensò di poter applicare quello stesso modello al proprio territorio di intervento LEADER. A causa di alcune restrizioni finanziarie (questo tipo di azione non era previsto nel business plan) il GAL decise di cercare altri partner per dividere il costo di attivazione di un programma di formazione. In occasione di un incontro regionale dei gruppi LEADER dell'Assia, i GAL Kellerwald e Burgwald decisero di partecipare al progetto. Al fine di stabilire se tale iniziativa fosse realmente necessaria e opportuna, i tre GAL invitarono la popolazione femminile delle tre zone rurali a partecipare ad un gruppo di lavoro comune. All'incontro presero parte una trentina di donne che manifestarono un grande entusiasmo nei confronti del progetto.

Elementi chiave

- > Trasferimento di un modello formativo da un progetto LEADER I ad un progetto attuato nell'ambito di LEADER II.
- > Partnership tra tre gruppi LEADER per l'organizzazione di un programma di formazione ideato per le donne delle zone rurali.
- > Partnership con gli istituti locali di istruzione superiore, per attivare determinati moduli della formazione, e con una serie di enti pubblici e privati per la messa a punto del corso.
- > Inserimento professionale, soprattutto per le donne che intendono riprendere un'attività lavorativa in una regione che offre scarse prospettive occupazionali.
- > Creazione di nuovi impieghi che soddisfino le esigenze della popolazione femminile in termini di flessibilità dell'orario di lavoro e vicinanza al luogo di residenza.

Il progetto sull'imprenditoria femminile doveva garantire alle donne un corso di formazione per consentire loro di avviare un'attività in proprio. Il progetto si concentrò sul settore turistico poiché questo comparto offriva nella zona buone potenzialità di crescita. Negli anni '60 e '70 nelle aree rurali dell'Assia l'industria del turismo era fiorente, ma a partire dalla metà degli anni '80 per questo settore iniziò il declino, con un conseguente calo del livello qualitativo dei servizi offerti. Un precedente studio intrapreso da uno dei tre GAL aveva evidenziato la necessità di ammodernare le strutture turistiche. Alcune raccomandazioni emerse dallo studio furono adottate nell'ambito del progetto di formazione, denominato PROFIL.

Attuazione

I formatori del progetto attuato dal GAL Rhön furono incaricati di definire il programma per l'Assia. L'idea era quella di poter utilizzare la maggior parte delle loro competenze e dell'esperienza da essi acquisita. Durante la preparazione del corso furono consultate numerose organizzazioni, tra cui le associazioni femminili delle zone rurali, gli enti e le associazioni turistiche, le agenzie per lo sviluppo economico, gli istituti di formazione per adulti ed il progetto "Arbeit und Frau" (Donna e lavoro) finanziato dal FSE.

Il gruppo Knüll si assunse l'incarico di coordinare il progetto ed ogni GAL nominò un responsabile per controllare le attività all'interno della propria zona di intervento. Sebbene inizialmente fossero stati coinvolti molti partner per ripartire i costi, i GAL si resero conto che la cooperazione offriva altri vantaggi, come ad esempio un bacino di utenza più

esteso, una visione più ampia del mercato ed un più facile accesso per le neo-imprese.

Tra il novembre del 1995 e l'ottobre del 1996 il GAL Knüll presentò il progetto organizzando nelle tre zone interessate una serie di seminari e conferenze stampa. Agli incontri parteciparono donne di varia provenienza, a differenza di quanto era avvenuto per il progetto Rhön, al quale avevano preso parte essenzialmente donne appartenenti al mondo agricolo. La maggioranza delle partecipanti aveva un livello di istruzione medio (scuole superiori) e molte desideravano riprendere a lavorare; il gruppo era composto prevalentemente da donne di età compresa tra i 35 e i 40 anni, anche se la fascia d'età variava dai 33 ai 63 anni.

La formazione proposta è stata strutturata in tre moduli distinti:

- > corso di base: 17 giorni di lezioni (gestione aziendale, marketing, informatica e geografia locale) impartite in ciascuna zona LEADER dal centro di istruzione per adulti secondo un modello flessibile;
- > specializzazione turistica: 41 giorni di seminari su temi quali le strutture ricettive, la ristorazione, il marketing diretto e la gestione dei servizi. Questo modulo si è svolto in un'unica sede per tutte e tre le zone interessate;
- > assistenza tecnica: il direttore di progetto di ciascun GAL ha aiutato le partecipanti della propria zona a concretizzare il loro progetto imprenditoriale. Questa forma di assistenza di gruppo ha favorito la fiducia reciproca e la cooperazione tra le donne, consentendo inoltre alle partecipanti di realizzare in comune numerosi elementi essenziali per lo sviluppo delle imprese (logo, descrizione dell'attività, ecc.).

Al programma di formazione hanno partecipato complessivamente 40 donne provenienti dalle tre zone interessate; entro la fine del 1998 erano state avviate all'incirca 10 imprese, tra cui un bar allestito in una vecchia porcellaia ristrutturata, un maneggio, un'attività di progettazione e decorazione scenografica per le manifestazioni, varie unità abitative rurali, un servizio di guide turistiche e corsi di cucina. Sono stati inoltre mantenuti o creati altri 20 posti di lavoro a tempo parziale e a tempo pieno in settori come i servizi per l'infanzia, i servizi domestici o l'agricoltura. Una volta al mese le donne si incontrano nella rispettiva zona per parla-

re delle proprie esperienze. Questo contatto favorisce la cooperazione e quest'ultima, a sua volta, crea effetti sinergici tra le varie attività. La decoratrice, ad esempio, sta allestendo gli interni del bar, quest'ultimo viene utilizzato da un'altra imprenditrice come punto vendita per i suoi prodotti alimentari ed artigianali, mentre una donna che organizza corsi settimanali dedicati all'alimentazione naturale prenota l'alloggio dei partecipanti presso le unità abitative rurali.

I finanziamenti di avvio erogati nell'ambito del programma Obiettivo 5b stati fondamentali per lanciare le attività imprenditoriali. Altrettanto importante per il successo delle imprese è stato il sostegno morale delle famiglie.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il programma Profil ha richiesto un investimento complessivo di 100 000 ECU, il 90% dei quali è stato stanziato dall'Iniziativa LEADER e dall'amministrazione del Land dell'Assia. Il restante 10% è stato versato dalle partecipanti alle quali è stata richiesta una tassa di iscrizione di 250 ECU per frequentare il programma di formazione.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Offrendo alle donne delle zone rurali le competenze e una rete di sostegno necessarie per lavorare a livello locale, il programma Profil ha favorito la coesione sociale e la solidarietà tra la popolazione femminile.

Attività e occupazione

Il corso di formazione ha consentito ad oltre 10 partecipanti di creare nuove attività imprenditoriali, essenzialmente in settori non legati all'agricoltura. La maggioranza delle altre donne ha ottenuto un impiego a tempo pieno, a tempo parziale o un'attività complementare.

Competitività e accesso al mercato

L'ammodernamento delle infrastrutture turistiche locali sta iniziando a dare i suoi frutti. Nella zona di Knüll, ad esempio, tre proprietarie di unità abitative sono riuscite a stipulare un contratto con un operatore turistico olandese. Il collegamento tra i tre gruppi di azione locale ha dato vita ad ulteriori sinergie che vanno oltre il progetto stesso, tra cui una migliore qualità del turismo locale.

BURGWALD, KELLERWALD & KNÜLLGEBIET

Le zone LEADER di Burgwald, Kellerwald e Knüllgebiet, nella parte settentrionale dell'Assia, sono situate a poca distanza l'una dall'altra. La densità demografica varia da circa 110 abitanti/km² a Burgwald ad un media di 65 abitanti/km² a Knüllgebiet. L'industria manifatturiera rappresenta la principale fonte di occupazione nelle tre zone, seguita dal settore terziario. L'agricoltura svolge ancora una funzione importante nell'economia locale, dando lavoro ad una percentuale che oscilla tra il 2% e il 5% della popolazione attiva. A Knüllgebiet, tuttavia, questo settore occupa il secondo posto e dà lavoro a circa l'80% della popolazione attiva. Le attività turistiche variano in funzione delle singole zone, ma nei tre territori questo comparto è in declino, sebbene in misura diversa.

Contattare

Zweckverband Knüllgebiet LAG
Brigitte Buhse
Project Manager
Raiffeisenstrasse 8
D-36286 Neuenstein-Obergeis
Tel.: +49 6677 919030
Fax: +49 6677 919031
E-mail: zweckverband.knuellgebiet@t-online.de

ARAGONA (Spagna)

Una partnership tecnica e finanziaria: la Rete aragonese di Sviluppo rurale



L'azione

Nel 1996, i 13 gruppi LEADER II dell'Aragona hanno creato una delle prime reti LEADER regionali, la "Red Aragonesa de Desarrollo Rural" (RADER), un'associazione senza scopo di lucro che ha come fine l'attuazione del programma LEADER II, accanto ad altre iniziative di sviluppo rurale. La RADER non svolge soltanto funzioni rappresentative o di scambio metodologico, ma opera concretamente coinvolgendo tutti i GAL dell'Aragona. Ad esempio, la rete ha concluso un accordo con un importante istituto di credito regionale, che offre sia a singoli promotori di progetti che alla Rete stessa o ai gruppi LEADER che ne fanno parte, vantaggiose condizioni finanziarie, una grande autonomia di azione, nonché strumenti operativi efficienti.

Il contesto

Nel periodo di LEADER I (1991-1994) operavano in Aragona soltanto 3 gruppi di azione locale (GAL). A parte la loro partecipazione alle reti LEADER nazionale ed europea, questi lavoravano in modo alquanto isolato. In seguito, nell'ambito del programma LEADER II regionale, la creazione di 13 GAL ha allargato l'iniziativa comunitaria a gran parte dell'Aragona, creando in tal modo una sorta di "massa critica", che ha consentito di superare un certo numero di problemi specifici a cui un numero esiguo di GAL non era in grado di far fronte.

I gruppi erano fra loro piuttosto omogenei, il che ha favorito l'avvicinamento: erano tutte associazioni senza scopo di lucro, costituite per lo più da enti locali, con una forte presenza di sindacati, associazioni di imprenditori, enti culturali, cooperative agricole e persone fisiche. Gli obiettivi dei diversi GAL aragonesi erano peraltro molto analoghi, tutti accomunati dall'imperativo di coinvolgere la partecipazione degli operatori locali, delle "forze vive" e dei cittadini nel processo decisionale.

Un altro elemento ha contribuito all'avvicinamento dei GAL aragonesi: il dispositivo regionale dei finanziamenti LEADER ha funzionato su base globale. Un primo pacchetto di finanziamenti è stato versato ai GAL per un importo pari al 30% del valore complessivo dei fondi comunitari assegnati al programma, il che ha rappresentato una somma considerevole per i 13 gruppi riuniti. Il versamento della successiva tranche è vincolato ad una condizione: tutti i gruppi devono giustificare di aver speso almeno la metà della prima tran-

Gli elementi chiave

- > Costituzione di una rete LEADER regionale.
- > Realizzazione di azioni comuni funzionanti a livello di rete regionale.
- > Una serie di trattative avviate con diverse istituzioni interessate allo sviluppo della regione.
- > Trasferimento delle conoscenze e delle esperienze fra territori di una stessa regione, riproduzione del modello in altre regioni spagnole e maggiore capacità di dialogo con il livello nazionale.

che del finanziamento ricevuto. In tal modo i versamenti successivi verranno effettuati al ritmo medio con cui i 13 GAL utilizzeranno i fondi, il che da un canto penalizza i gruppi più dinamici, ma dall'altro spinge i GAL a negoziare una soluzione collettiva con le banche. Ed è esattamente quanto è accaduto in Aragona.

Il punto di partenza

Nel 1996, i 13 GAL costituiscono la Rete Aragonesa di Sviluppo Rurale (RADER), associazione senza scopo di lucro, che ha per compito quello di rappresentare i gruppi LEADER, garantire la formazione continua dei tecnici GAL, assicurare lo scambio reciproco delle esperienze e fornire l'assistenza tecnica ai progetti. Benché lo statuto dell'associazione non lo contempli esplicitamente, la RADER avvia quasi subito delle azioni di gruppo, alcune delle quali conducono alla firma di convenzioni con alcune importanti istituzioni regionali:

- > un accordo siglato con l'Istituto Aragonesa della Donna è servito come quadro per avviare una serie di azioni destinate al miglioramento della condizione femminile in ambito rurale; fra queste, una richiesta congiunta di finanziamento al FEAOG (Articolo 8), in base a cui l'Istituto Aragonesa della Donna si è impegnato ad intervenire come controparte per il 50% del finanziamento europeo di sua spettanza;
- > un'intesa conclusa con l'università di Saragozza ha permesso di formalizzare e di organizzare alcune ricerche universitarie aventi ricadute benefiche sul mondo rurale;
- > La RADER opera in stretta collaborazione con le altre reti regionali spagnole, nonché con la rete LEADER nazionale, in particolare organizzando con questa seminari ed azio-

Attuazione

All'epoca stessa della sua costituzione (1996) e nell'ambito dell'azione collettiva da essa condotta, la rete ha stipulato un accordo con l'Istituto finanziario regionale Ibercaja. Due sono i fattori principali che hanno portato alla conclusione di questa intesa:

- > avendo ottenuto l'anticipo complessivo sul finanziamento per i 13 gruppi, il RADER era in posizione di forza nella trattativa;
- > l'Ibercaja attribuisce una notevole importanza allo sviluppo rurale dell'Aragona (l'Istituto finanziava già vari studi e progetti di sviluppo).

La firma dell'accordo comporta tre vantaggi:

- > si tratta di uno strumento logistico strategico per i gruppi LEADER e la RADER, grazie alla disponibilità di un fondo pari a 84 000 EUR all'anno (circa 6 400 EUR per gruppo), il 50% del quale viene utilizzato liberamente dalla Rete, mentre l'altro 50% serve a finanziare progetti decisi di comune accordo con la banca. Grazie a tale fondo la RADER può coprire le spese operative connesse al funzionamento dell'ufficio centrale, nonché lo stipendio del coordinatore della Rete;
- > una certa flessibilità di gestione per ogni gruppo LEADER che ne fa parte, grazie alla gratuità delle operazioni finanziarie correnti e alla remunerazione dei saldi a credito, alle possibilità di scoperto su conto corrente, all'accesso ad una linea esclusiva di finanziamento a copertura di eventuali ritardi nell'erogazione dell'ultima tranche del 20%, e grazie altresì all'accesso al sistema di informazione a distanza della banca;
- > alcune condizioni di credito vantaggiose per gli stessi promotori dei progetti, i quali possono beneficiare di talune condizioni riservate ai clienti preferenziali. Queste prevedono alcune soglie minime a partire da cui ogni promotore di progetto può negoziare altri vantaggi aggiuntivi in base alle garanzie che è in grado di offrire a titolo individuale.

L'accordo concluso con Ibercaja è stato utilizzato come modello per accordi simili intervenuti fra altre regioni LEADER regionali e alcuni istituti finanziari (ad esempio, nelle Asturie). Inoltre è servito come base per il Ministero spagnolo dell'Agricoltura nell'ambito di un accordo dello stesso tipo, stipulato fra una banca nazionale ed altri gruppi LEADER.

L'ARAGONA

Il 60% della popolazione che vive in Aragona (1,2 milioni di ab.) si trova concentrata presso il capoluogo regionale, Saragozza, mentre le zone rurali della quarta Regione Autonoma di Spagna per superficie (47 664 km²) registrano una densità media di popolazione molto bassa: 12 ab./km². Peraltro, queste zone sono penalizzate da una geografia impervia, che rende gli spostamenti assai lunghi. Alla luce di tali caratteristiche strutturali, il governo regionale aveva già sollecitato nel 1995 la creazione di una "Rete aragonese dello Sviluppo rurale".

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

I vantaggi derivanti dall'accordo stipulato con la cassa regionale hanno consentito di rafforzare la Rete e le relazioni fra i vari gruppi LEADER aragonesi. In tal modo, oltre alla notevole credibilità che la RADER si è conquistata presso i vari gruppi, è stato possibile finanziare, con i fondi ottenuti, alcuni progetti comuni che favoriscono l'avvicinamento fra i gruppi stessi, come ad esempio un sistema di collegamento fra tutti i GAL attraverso videoconferenza.

Pur non trattandosi di una gestione collettiva dei fondi fra i vari gruppi LEADER, l'accordo ha agevolato la gestione finanziaria del programma. Infatti, i gruppi che hanno carenze di liquidità pagano degli interessi (ad aliquota ridotta), mentre quelli che hanno un saldo liquido positivo incassano interessi sul capitale depositato.

Attività e prodotti

Grazie all'accordo è stato possibile finanziare alcuni prodotti, come ad esempio una "Guida del promotore" che si rivolge a tutti i promotori di progetti e che viene utilizzata da tutti i GAL. È stata inoltre creata una banca di immagini ad uso dei GAL stessi e sono state organizzati vari eventi, come fiere dei prodotti locali, "Giornate di sviluppo rurale", azioni di sensibilizzazione all'ambiente, partecipazione al FITUR di Madrid, una delle principali manifestazioni fieristiche europee in campo turistico. La Rete organizza inoltre, su base regolare, corsi di formazione destinati agli agenti di sviluppo.

Competitività e accesso al mercato

I vantaggi derivanti dall'accordo stipulato con la banca hanno aumentato notevolmente i margini di manovra dei GAL, migliorando nel contempo la dinamica che sottende all'attuazione dei progetti.

Contattare

Mercedes Barco
Red Aragonesa de Desarrollo Rural
C/San Lorenzo, 6-10, 1E - B
Oficina 3 y 4
Spagna - 50001 Zaragoza
Tel.: +34 976 29 64 18
Fax: +34 976 39 03 01
Cell.: +34 29 36 58 15
E-mail: rader@jet.es
leader@sun.jet.es

THERMENREGION STEGERSBACH (Burgenland, Austria)

UNI-Mobil: l'università in paese



L'azione

"UNI-Mobil" è il nome di una rete creata da vari istituti universitari di Vienna, in collaborazione con i comuni della zona d'intervento del gruppo LEADER Thermenregion Stegersbach (Regione termale di Stegersbach) situato nel Land del Burgenland, al confine con l'Ungheria. La rete è coordinata da un'agenzia locale di sviluppo. UNI-Mobil effettua indagini e analisi sulle opportunità di sviluppo locale che, nella maggior parte dei casi, vengono realizzate da studenti. Un'équipe di coordinamento, composta dai responsabili dei progetti locali e da docenti, garantisce il collegamento con gli istituti universitari. UNI-Mobil effettua l'inventario e la valutazione del patrimonio naturale e culturale, al fine di contribuire all'assetto del territorio e allo sviluppo dei paesi conformemente alla strategia di sviluppo del turismo termale decisa per l'intera zona.

Il contesto

Sebbene il Land del Burgenland vanti numerose strutture di istruzione generale e professionale, sul territorio non vi sono istituti superiori di formazione o ricerca. Questa lacuna spinge i giovani ad abbandonare la regione, nonostante gli sforzi compiuti dalle autorità per arginare tale esodo. Sono stati infatti autorizzati ingenti investimenti finanziari per trasformare la piccola e graziosa borgata di Stegersbach, situata nel distretto di Güssing, in una stazione termale moderna e ricca di attrattive. Ma la popolazione non ha sostenuto il progetto. Per tale ragione, nel 1996 tredici comuni, tra cui Stegersbach, hanno deciso di costituire un gruppo di azione locale LEADER (l'Associazione di Sviluppo della Regione termale di Stegersbach), le cui attività sono poste sotto la supervisione dell'Agenzia di sviluppo di Güssing (Regionalmanagement GmbH).

Il punto di partenza

La rete UNI-Mobil è stata creata nell'ambito di un progetto di sensibilizzazione denominato "Land und Leute" ("La Campagna e la Gente"). In questa regione, abituata ad orientarsi verso l'esterno per trovare prospettive di sviluppo, il progetto "riattiva" le energie locali.

In ogni comune, un "direttore locale" (Lokalmanager) ha il compito di promuovere e sostenere le idee della popolazione, di attuarne i progetti e di mantenere vivo l'impegno e le motivazioni degli abitanti. Questi direttori locali organizzano gruppi di lavoro tematici, nell'ambito dei quali gli operatori presentano i loro progetti. Dopo un anno e mezzo di attività sono stati proposti 14 progetti, 10 dei quali sono sta-

Elementi chiave

- > Costituzione di una rete coordinata dall'Agenzia di Sviluppo locale di Güssing alla quale partecipano i sei gruppi LEADER (GAL) del Land del Burgenland, dieci organismi collettivi e quattro istituti universitari.
- > Attuazione di un progetto su base contrattuale che prevede il coinvolgimento di tre soggetti: il GAL, i comuni beneficiari del progetto e l'istituto universitario interessato.

ti realizzati. Quest'azione, tuttavia, non è sufficiente ad arginare l'esodo dei giovani più qualificati.

Tra i comuni e le università sono sempre esistiti alcuni contatti ma questi rapporti erano dovuti per lo più a circostanze casuali. La regione, ad esempio, ospita periodicamente gruppi di studenti che provengono essenzialmente dalle università di Vienna. Vari docenti sono originari della zona. Nel 1995 sono stati organizzati nel territorio due campus europei, uno sul patrimonio naturale e l'altro sul patrimonio culturale, ai quali hanno partecipato due istituti universitari di Vienna. Inoltre, un'etnologa originaria di Stegersbach che lavora presso l'Università di Vienna collabora regolarmente con i comuni, in particolare per l'organizzazione di mostre ed esposizioni.

Il progetto UNI-Mobil scaturisce da una richiesta del comune di Burgenberg-Neudauberg. Dopo aver acquistato circa 500 oggetti ed utensili di uso quotidiano da una collezione privata ("Salmhofermuseum"), il comune si è rivolto all'etnologa dell'Università di Vienna per reperire il materiale. Per molti di questi oggetti era necessaria una ricerca che consentisse di individuarne e descriverne la funzione. Un'équipe di 30 studenti, seguiti da un docente e da cinque assistenti, ha avviato un ampio studio raccogliendo le testimonianze di numerosi anziani della zona.

Attuazione

Dopo questa prima esperienza, il responsabile di progetto ha verificato l'interesse di altri istituti universitari per questo tipo di intervento. Egli ha così incontrato presso l'Istituto

per l'assetto territoriale del Politecnico di Vienna una assistente originaria della regione che si è ben presto impegnata in un progetto per la riqualificazione di due paesi, Hackerberg e Heugraben. Il progetto si basava su un accordo tra tre soggetti: il GAL, i due comuni interessati e l'istituto. Il GAL ha sostenuto le spese ed i costi relativi al materiale, mentre i risultati dei lavori realizzati dall'istituto sono stati messi a disposizione dei partner locali.

Tra il novembre 1997 e il dicembre 1998 sono stati stipulati cinque contratti di questo tipo nell'ambito del progetto UNI-Mobil, tra cui l'inventario del "Salmhofer Museum" ad opera dell'Istituto di Etnologia; la riqualificazione di Hackerberg e di Heugraben realizzato dall'Istituto per l'assetto territoriale nonché l'inventario del patrimonio naturale di tre comuni ad opera dell'Istituto per l'assetto territoriale e la tutela del paesaggio dell'Università di Vienna. Nel corso dello stesso periodo sono stati attuati altri tre progetti, tra i quali figura il progetto "Heimatzmuseum Stinatz" (museo delle tradizioni regionali), condotto dall'Istituto di Etnologia per sensibilizzare i visitatori alla cultura e all'artigianato croato. Progressivamente hanno aderito alla rete altri organismi di formazione quali la "Schule des sanften Reisens" ("La scuola del turismo verde") di Vienna. Nel mese di giugno 1999, al termine del progetto "Land und Leute", il gruppo LEADER ha ripreso la gestione del progetto nonché della rete UNI-Mobil.

Bilancio e fonti di finanziamento

LEADER ha finanziato la rete UNI-Mobil stanziando un importo di 43 600 EUR. A titolo di esempio, l'inventario del patrimonio naturale nei tre comuni ha richiesto una spesa di circa 5 000 EUR, di cui 1 744 per il vitto e l'alloggio, mentre il restante destinato al materiale necessario.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Nello svolgimento della loro funzione, i direttori locali hanno individuato numerosi progetti, agevolando inoltre gli scambi tra le équipe universitarie e la popolazione locale. Questi progetti hanno motivato i residenti della zona e circa un terzo degli abitanti ha assistito alle sessioni informative sulla riqualificazione dei paesi.

THERMENREGION STEGERSBACH

La parte meridionale del Land del Burgenland (Obiettivo 1) è uno dei territori più poveri dell'Austria. L'85% degli agricoltori esercita la propria attività a titolo integrativo. I settori industriali dominanti, ossia l'edilizia e l'industria tessile, impiegano lavoratori scarsamente qualificati. Nella regione si registra un tasso di disoccupazione relativamente alto (10%) con picchi stagionali nei mesi invernali. La zona LEADER Thermenregion Stegersbach si estende su una superficie di 190 km² e conta una popolazione complessiva di 14 919 abitanti. Oltre la metà della popolazione attiva lavora all'esterno del distretto di Güssing e due terzi effettuano ogni giorno lunghi spostamenti per recarsi al lavoro. Progressivamente cala la popolazione nei paesi e questi ultimi sono in netto declino.

Identità del territorio

La tutela del patrimonio naturale e culturale è un elemento centrale di tutte le azioni realizzate. Numerosissimi oggetti, il cui uso si era perso nel tempo, sono stati "riesumati" dai musei. In questa zona, soggetta alle influenze culturali più disparate, è così rinata la storia della vita contadina. La partecipazione della popolazione alle inchieste e ai lavori di restauro del patrimonio ha rinnovato il sentimento di appartenenza alla regione. Vari metodi, quali un dibattito collettivo sui risultati delle inchieste, hanno contribuito a consolidare questa nuova forma di identificazione della popolazione locale.

Migrazioni ed inserimento sociale e professionale

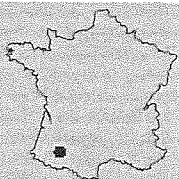
Il progetto ha permesso a studenti e docenti originari della regione di intervenire a vantaggio della loro regione nel quadro del rispettivo programma di formazione o nello svolgimento della loro professione.

Contattare

Franz Schlögl
LEADER Mittel-/Südburgenland
Hauptplatz 7/2
Güssing (Österreich)
Tel.: +43 3322 44190
Fax: +43 3322 441904
E-mail: office@leaderguess.co.at

MAGNOAC (Midi-Pyrénées, Francia)

L'associazione agro-alimentare "Or vert du Magnoac"



L'azione

Quaranta agricoltori si sono associati in seno alla CUMA (cooperativa per l'uso in comune di macchinario agricolo) per costruire un mattatoio ed un conservificio che consentano di fabbricare il foie gras, un prodotto tradizionale del Magnoac. Col sostegno del consorzio intercomunale locale essi creano uno strumento di lavoro collettivo che permette di rispettare le norme sanitarie europee e, a lungo termine, di penetrare sul mercato nazionale. Gli agricoltori optano per una gestione tecnica e finanziaria flessibile delle attrezzature, che si adatti alle esigenze di ciascuno. La Maison du Magnoac, l'azienda turistica locale, funge da struttura di commercializzazione collettiva per 6 soci, mentre gli altri 34 vendono i loro prodotti direttamente in azienda.

Elementi chiave

- > Investimento collettivo in macchinari per conformarsi alla normativa europea;
- > Valorizzazione dell'intero settore del foie gras e dei prodotti derivati;
- > Sviluppo, in materia di lavorazione e commercializzazione, di procedimenti collettivi precedentemente inesistenti che hanno permesso agli agricoltori di condividere il know-how, di formarsi professionalmente, di migliorare la qualità dei prodotti e di razionalizzare la loro attività;
- > Conservazione sul territorio del valore aggiunto grazie alla gestione in proprio della commercializzazione;
- > Valorizzazione e tutela del prodotto grazie alla commercializzazione diretta, che privilegia il contatto col consumatore.

Il contesto

Nel 1983, 25 comuni situati ai confini dei Pirenei e del dipartimento del Gers fondano un consorzio intercomunale (SIVOM) per intervenire attivamente nello sviluppo del proprio territorio. Nel 1985 gli obiettivi del consorzio vengono definiti in una carta intercomunale e ciò permette al Magnoac di venire selezionato dal ministero francese dell'agricoltura come "progetto pilota di autosviluppo". Numerosi incontri vengono organizzati tra rappresentanti politici, tecnici ed agricoltori per identificare i mezzi più idonei per creare nuovi posti di lavoro, limitare l'esodo della popolazione e permettere l'insediamento dei giovani. Si tratta, in particolare, di riuscire a trasformare in prodotti finiti le anatre allevate nella regione, commercializzando tali prodotti. Sebbene alcuni agricoltori trasformino già la produzione in foie gras nelle loro aziende a conduzione familiare, lo sviluppo dell'attività è intralciato da gravi ostacoli: mancanza di strutture di trasformazione (non esiste un mattatoio) e di assistenza esterna e difficoltà nel rispettare le norme sanitarie.

Il punto di partenza

Nel 1985, 8 agricoltori si dichiarano interessati a sviluppare la trasformazione in fattoria del foie gras, ma il costo degli investimenti necessari per la costruzione di un mattatoio e di un conservificio, indispensabili per ottenere l'approvazione dell'Unione europea, supera di gran lunga le possibilità di finanziamento delle singole aziende. Gli agricoltori decidono dunque di associarsi adottando lo statuto di CUMA (cooperativa per l'uso in comune del macchinario agricolo). Nel 1986, il consorzio intercomunale SIVOM realizza uno studio

per valutare i bisogni di apparecchiature e locali e per individuare i problemi tecnici, finanziari e giuridici che tale azione comporta. Nell'agosto 1987 la catena di macellazione e il conservificio della CUMA ottengono il marchio di conformità alle norme europee.

Nel 1987, la creazione di una struttura di commercializzazione collettiva, l'associazione "Or vert du Magnoac", permette di superare un'ulteriore fase. L'associazione deposita il marchio "Fermes du Magnoac" che consente agli agricoltori che lo desiderano di vendere i propri prodotti alla Maison du Magnoac (l'azienda di turismo locale) con un'etichetta comune.

Attuazione

Nel 1992, il mattatoio ed il conservificio vengono ampliati per soddisfare la crescente domanda degli agricoltori. I lavori sono finanziati in parte dal programma LEADER. Nel 1996 la CUMA conta 40 soci ripartiti su di un raggio di 100 km e ciò dimostra la necessità di una tale struttura. L'associazione "Or vert du Magnoac" permette a 6 membri di commercializzare i propri prodotti sull'intero territorio francese (30% del fatturato viene realizzato sul posto).

Ogni iscritto acquista quote sociali della CUMA in funzione del numero dei capi trasformati, contribuendo così in maniera equa al rimborso dei prestiti. Grazie all'intervento del SIVOM l'installazione viene realizzata in maniera progressiva: il prestito che esso ha accordato alla CUMA darà a quest'ultima la possibilità di divenire proprietaria del laboratorio di trasformazione una volta giunto a termine il periodo di leasing per il terreno; per evitare che la CUMA venga confrontata già nelle fasi iniziali ad un problema di liquidità, il SIVOM si assume la totalità dei rimborsi del primo anno, il 50% del secondo e il 25% del terzo.

Il conservificio ha una capacità di trasformazione di 50 000 anatre l'anno. Nel 1995 ha lavorato ad un ritmo di 20 000 anatre l'anno, producendo 60 tonnellate di carne e 10 tonnellate di foie gras. Gli agricoltori controllano l'intera catena di produzione, dall'allevamento fino alla vendita dei prodotti. I soci garantiscono personalmente la trasformazione e lavorano in équipe di cinque persone.

Dopo un tentativo di gestione collettiva, gli agricoltori hanno preferito affidare il mattatoio ad un fornitore di servizi privato. Quest'ultimo tuttavia ha abbandonato l'attività nel 1994 per motivi finanziari. Da allora, i soci fanno macellare i loro animali nei mattatoi regionali o nei piccoli macelli delle aziende agricole autorizzate dai servizi veterinari. Essi auspicano comunque di poter riaprire il loro mattatoio alla fine del 1996 e di riprenderne in mano la gestione.

Le attrezzature disponibili permettono di preparare piatti pronti sempre più elaborati e le ricette di fabbricazione dei soci dell'associazione depositaria del marchio collettivo "Fermes du Magnoac" sono state uniformate.

Bilancio e fonti di finanziamento

L'investimento iniziale relativo al mattatoio e al conservificio ammonta a circa 250 000 ECU. La CUMA ha ottenuto dal SIVOM un contratto di leasing della durata di quindici anni al termine del quale essa diverrà proprietaria della struttura. La cooperativa ha integrato le sovvenzioni pubbliche con un prestito bancario. L'ampliamento della struttura nel 1992 ha richiesto un investimento supplementare di 75 000 ECU che sono stati finanziati dalla CUMA, da un prestito del SIVOM e dal programma LEADER I.

Il fatturato realizzato dai 40 produttori nel 1995 è stato stimato a 2,3 milioni di ECU.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

L'organizzazione in cooperativa per l'uso in comune di macchinario agricolo ha permesso di introdurre pratiche di lavoro collettive sino ad allora sconosciute. La gestione del conservificio richiede inoltre una partecipazione attiva degli agricoltori, un tempo isolati.

Attività e occupazione

Dal 1995 l'associazione commercializza altri prodotti oltre a quelli derivati dalla lavorazione delle anatre: marmellate, salumi, prodotti dell'artigianato locale. Nei prossimi anni l'obiettivo consisterà nel promuovere, con il marchio "Fermes du Magnoac", tutto il know-how locale del Magnoac.

Immagine del territorio

I prodotti hanno contribuito a promuovere l'immagine del Magnoac, immagine che alcuni cercano di valorizzare anche sviluppando l'agriturismo.

Competitività e accesso al mercato

L'azione ha permesso di garantire la continuità dell'attività. Conformando il conservificio alle norme europee, gli agricoltori hanno potuto accedere, a partire dal 1996, al mercato nazionale ed europeo. Sebbene i prodotti vengano regolarmente e rigorosamente controllati al termine del processo di fabbricazione, essi mantengono il loro carattere artigianale. L'associazione "Or vert du Magnoac" è riuscita a sondare l'intero mercato francese e a decuplicare così le capacità di vendita dei singoli soci. Nel 1994 essa ha realizzato un fatturato di 250 000 ECU che è passato a 300 000 ECU l'anno successivo. La cooperativa ha deciso di privilegiare i circuiti brevi, che permettono un contatto diretto con il consumatore: fiere, saloni, vendita diretta, vendite per corrispondenza, ecc.

Sviluppo tecnologico

I produttori hanno acquisito notevoli competenze tecniche ed hanno perfezionato la lavorazione sino a fabbricare prodotti molto elaborati: antica ricetta dell'anatra ai fagioli di Tarbes, garbure (un minestrone di verdure con carne e grasso d'oca), filetti alla salsa Pacherenc e altri piatti pronti.

IL MAGNOAC

Il Magnoac, una regione collinosa situata a nord di Lannemazan (Alti Pirenei), è un territorio di 176 km² relativamente isolato, distante dai centri urbani e privo di un'immagine caratteristica. Nel 1995 contava una popolazione di 3 850 abitanti, con una densità di 20 abitanti/km². I negozi ed i servizi sono concentrati a Castelnaud-Magnoac, un centro con una popolazione inferiore ai 1 000 abitanti. L'agricoltura, principale attività locale (essa occupa il 46% della popolazione attiva), è confrontata a gravi difficoltà: piccole dimensioni delle aziende agricole (in media 20 ha), frammentazione dei fondi, rapido invecchiamento della popolazione (il 18% della popolazione ha meno di 20 anni ed il 35% più di 65 anni), forte indebitamento, scarsa conoscenza delle reti di commercializzazione. Da una quindicina d'anni, tuttavia, un consorzio

intercomunale a cui partecipano 25 amministrazioni comunali della zona ha deciso di promuovere lo sviluppo economico sfruttando le risorse ed il know-how locale.

Contattare:

Michel Fils
Maison du Magnoac
F-65230 Castelnaud-Magnoac
Tel.: + 33 5 62 99 84 88
Fax: + 33 5 62 39 81 60

KOZANI (Macedonia occidentale, Grecia)

Lo zafferano di Kozani



L'azione

Fondata nel 1971, la "Cooperativa dei produttori di zafferano di Kozani" ha deciso nel 1992 di valorizzare in loco la sua produzione: messa a punto di una strategia di valorizzazione del prodotto migliorandone la qualità, creazione di impianti per il condizionamento e l'imballaggio, elaborazione di strategie commerciali che consentano di promuovere il prodotto.

Elementi chiave

- > La produzione di zafferano rosso di Kozani ("krokos di Kozani") genera un forte valore aggiunto che deve essere mantenuto quanto più possibile sui luoghi di produzione;
- > Si tratta di una produzione di alto livello qualitativo che può contribuire a valorizzare l'immagine di una regione nota soprattutto per lo sfruttamento della lignite e la produzione di elettricità;
- > Creando posti di lavoro stagionali e permettendo entrate integrative a circa 1 500 famiglie, la valorizzazione dello zafferano può aiutare a limitare l'esodo della popolazione in una zona in cui la densità di popolazione è tra le più basse della Grecia;
- > La cooperativa ha deciso di orientarsi verso il mercato internazionale, puntando essenzialmente sulla qualità.

Il contesto

La cooperativa, con sede a Krokos ("krokos" significa zafferano in greco), si compone di 1 500 soci ripartiti in 40 Comuni del dipartimento di Kozani. Un quarto di questi è costituito da agricoltori a tempo pieno, mentre gli altri soci sono innanzi tutto muratori o operai non specializzati che praticano la coltivazione dello zafferano per integrare il reddito con entrate complementari. La cooperativa ha ottenuto, per legge, l'esclusiva del raccolto, dell'imballaggio e della distribuzione del krokos ma essa è aperta a qualsiasi produttore o candidato produttore di zafferano e non impone alcuna restrizione in merito alla superficie coltivata. La maggior parte delle famiglie, pertanto, pianta tanto zafferano quanto ne può coltivare.

La coltivazione dello zafferano è un'attività che richiede un massiccio impiego di manodopera in quanto i fiori di questa pianta devono essere raccolti esclusivamente a mano. Per ottenere un chilo di zafferano sono necessari 150 000-200 000 fiori. In media, gli agricoltori dedicano alla coltivazione di questa pianta mezzo ettaro di terra, ma il prezzo di vendita estremamente elevato (sino a 1 500 ECU/kg al dettaglio) permette sostanziali entrate integrative. La produzione totale, che dipende in larga misura dalle condizioni climatiche, si aggira intorno alle 6-7 tonnellate l'anno.

Il punto di partenza

Inizialmente, la cooperativa era incaricata esclusivamente della raccolta dello zafferano e della spedizione del prodotto sfuso. L'imballaggio finale veniva realizzato dai distributori stranieri che non ne evidenziavano l'origine. La cooperativa perdeva pertanto gran parte del valore aggiunto generato da questo

prodotto. Inoltre, nonostante la qualità superiore, lo zafferano di Krokos veniva venduto allo stesso prezzo dello zafferano prodotto in altri paesi. Il consiglio di amministrazione della cooperativa si è reso conto della necessità di adottare un'impostazione globale e di definire una strategia per l'intero circuito (produzione, imballaggio, condizionamento, commercializzazione), imponendo a tutte le fasi del processo, dal produttore al cliente, rigorosi criteri di qualità.

Attuazione

L'azione è stata avviata nel corso del primo semestre del 1992. Alla fine di una campagna di informazione sul programma LEADER varata dall'agenzia di sviluppo di Kozani (ANKO S.A.), la cooperativa ha richiesto una sovvenzione per ammodernare i propri impianti, dopo che l'ufficio di consulenza dell'ANKO aveva esaminato le possibilità di ammodernamento, la fattibilità di un'azione di valorizzazione in loco del prodotto e le prospettive commerciali. Il finanziamento LEADER ha permesso alla cooperativa di acquistare macchinari italiani tecnologicamente avanzati per il trattamento, il condizionamento e l'imballaggio del prodotto, attività che sino a quel momento non venivano realizzate dalla cooperativa. È stato inoltre allestito un laboratorio per il controllo della qualità.

Poiché la qualità era determinante per accedere ai mercati internazionali, un rigoroso sistema di controllo, conforme alle norme europee, è stato applicato a tutte le fasi di produzione, dalla coltivazione all'imballaggio finale. Sono inoltre stati instaurati contatti periodici con l'università di agraria di Atene e le facoltà di chimica e agronomia dell'università di Salonicco. Una procedura avviata nel marzo del 1996 dovrebbe permettere l'ottenimento

del certificato di qualità rilasciato dall'organismo internazionale ISO (norma "ISO-9002" del 1994). È stata inoltrata una richiesta per l'ottenimento di una denominazione di origine controllata.

Il prodotto viene commercializzato direttamente sul mercato al dettaglio in filamenti o in polvere, in sacchetti di lusso da 1, 2, 4, 10 e 30 grammi, in funzione delle esigenze del cliente. Il prezzo del krokos è così triplicato, passando da 435 ECU a 1 500 ECU il chilogrammo.

Per quanto riguarda il mercato greco, la cooperativa ha deciso di orientarsi in via prioritaria verso la grande distribuzione: vengono stipulati contratti annuali di commercializzazione con supermercati o ipermercati di Atene e Salonicco. Parte della produzione viene inoltre venduta agli hotel di lusso.

Ogni anno viene realizzata, in collaborazione con un consulente specializzato in tecnologie alimentari docente presso l'università di Salonicco, un'indagine per individuare le nuove tendenze del mercato nazionale ed estero. È stato inoltre reputato indispensabile partecipare ogni anno ad almeno tre fiere internazionali, in Europa, negli Stati Uniti e in un paese arabo. Il prodotto è attualmente esportato in Spagna, Italia, Francia, Germania, Svezia, Stati Uniti e in Sudafrica. In attesa della piena attuazione della nuova strategia, la cooperativa continua a spedire zafferano non condizionato in grandi quantità (soprattutto verso la Spagna) che rappresentano ancora il 50% della produzione annua.

Il numero di clienti greci e stranieri è in costante aumento e le vendite sono passate da 2,4 milioni di ECU nel 1994 a 4 milioni di ECU nel 1995. Lo zafferano di Krokos è tuttavia soggetto alla concorrenza dello zafferano iraniano, venduto sui mercati europei ad un prezzo tre volte inferiore, per il quale tuttavia non vengono garantite né la qualità né la regolarità di rifornimento. Nell'ambito di LEADER II la cooperativa ha proposto la creazione di un istituto di ricerca sulle caratteristiche qualitative dello zafferano. Da quando il prodotto viene imballato in loco, la cooperativa occupa 40 lavoratori stagionali (tre mesi all'anno) e 6 dipendenti permanenti a tempo pieno. Gli addetti al condizionamento hanno seguito una formazione sovvenzionata dal FSE. Il 93% dei benefici delle vendite è destinato ai produttori mentre il restante viene utilizzato per coprire le spese della cooperativa.

Bilancio e fonti di finanziamento

L'investimento complessivo è stato di 447 673 ECU. L'Unione europea vi ha contribuito con 198 240 ECU, le altre istituzioni pubbliche con 61 065 ECU e il privato con 188 369 ECU.

Il bilancio del progetto finanziato nell'ambito di LEADER I era così ripartito:

- > 189 104 ECU per la promozione del prodotto (indagini di mercato, partecipazione a fiere e saloni, campioni promozionali);
- > 30 433 ECU per il seminario di formazione degli addetti al condizionamento e all'imballaggio della cooperativa;
- > 228 136 ECU per l'acquisto di macchinari e l'ampliamento dei locali.

Elementi innovativi per il territorio

Identità ed immagine del territorio

- > Il prodotto viene venduto ovunque con la denominazione "Krokos Kozanis". È stata inoltrata una richiesta per l'ottenimento di una denominazione di origine controllata;
- > Questa identificazione contribuisce a migliorare l'immagine di un territorio noto soprattutto come regione industriale inquinata (lignite).

Competitività e accesso al mercato

- > Lo zafferano è una produzione che può essere difficilmente delocalizzata e la zona non ha molti concorrenti;
- > L'accento posto sulla qualità aumenta ulteriormente il valore del prodotto. I collegamenti con le università garantiscono un miglioramento regolare di tale qualità;
- > Le indagini di mercato specifiche e la partecipazione a fiere internazionali permettono di osservare l'andamento del mercato.

Attività e occupazione

La cooperativa ha creato 6 posti di lavoro a tempo pieno e 40 posti stagionali, ma la coltivazione del krokos di Kozani consente entrate integrative ad oltre un migliaio di famiglie.

KOZANI

Il territorio di Krokos, la sola località in Grecia e una delle poche in Europa in cui si coltiva lo zafferano, si trova nella parte meridionale del dipartimento di Kozani. A questo tipo di coltivazione, praticata da oltre tre secoli, vengono dedicati da 800 a 1 200 ettari di terreno. La popolazione è aumentata del 5% negli ultimi dieci anni e i 10 000 abitanti sono suddivisi in 40 paesi. Il 23% della forza lavoro si dedica all'agricoltura mentre il 37% è impiegato nel settore secondario. Nonostante la crisi, l'industria continua ad occupare una posizione di rilievo nell'economia locale: alimentate a lignite, le centrali termiche di Kozani forniscono il 75% dell'intera produzione elettrica della Grecia.

Contattare:

Manolis Patsilias
Anagastikos Synetairismos Krokopragogon Kozanis
GR-500 10 Krokos
Tel.: + 30 461 63 283
Fax: + 30 461 63 620

WEST CORK (Irlanda)

Associazione di imprese agroalimentari



L'azione

La "West Cork Food Enterprise Partnership" (Associazione di imprese agroalimentari del West Cork) è un'iniziativa attuata congiuntamente tra il settore pubblico e il settore privato per sostenere le piccole aziende agroalimentari locali e creare un ambiente favorevole per la costituzione di nuove imprese. L'associazione, inoltre, intende fungere da "forum" dello sviluppo locale. Il contributo dei singoli membri (tempo, materiale, messa a disposizione di locali, aiuto finanziario ecc.) dipende dalla loro attività. Questa associazione, di tipo informale, interessa essenzialmente piccole imprese che propongono prodotti alimentari specifici, imprese in fase di costituzione e agricoltori che intendono diversificare la propria produzione.

Elementi chiave

- > Potenziamento del settore dei prodotti agroalimentari di qualità;
- > sostegno alla diversificazione delle attività agricole (in particolare la produzione biologica);
- > sviluppo di una cultura imprenditoriale tra gli operatori del settore;
- > struttura di consulenza e formazione;
- > a lungo termine l'associazione intende instaurare rapporti tra settori diversi (agroalimentare e turismo, per esempio) e creare, in modo coordinato, un'identità regionale che possa essere sfruttata sul piano commerciale.

Il contesto

Il settore agroalimentare del West Cork, principale componente dell'economia locale, è costituito da numerose piccole imprese che offrono una grande varietà di prodotti alimentari di qualità ma che sono confrontate a numerose difficoltà, in particolare: una concorrenza sempre più agguerrita sul mercato, circuiti di distribuzione in piena ristrutturazione, necessità di rispettare norme sanitarie sempre più rigide, mancanza di attrezzature adatte alla produzione alimentare su piccola scala.

Creare una partnership innovativa destinata a favorire lo sviluppo delle imprese agroalimentari è stato per il gruppo LEADER un modo originale di cogliere le sfide del settore e di sfruttarne le potenzialità. È apparso necessario far ricorso al tessuto delle piccole imprese locali e alla reputazione di qualità di cui molte godono a livello nazionale ed internazionale. Vi sono diversi sbocchi potenziali: aumenta la domanda per i prodotti specifici di qualità ed è possibile sviluppare nuovi circuiti di commercializzazione. Il West Cork ha inoltre una solida rete di cooperative agricole che cercano di lanciare nuovi prodotti e incoraggiano i propri soci a diversificare la produzione.

Il punto di partenza

L'associazione è stata istituita nel gennaio 1993 allo scopo di promuovere il West Cork come regione produttrice di prodotti alimentari specifici di qualità. Essa si è concretizzata sotto l'impulso del gruppo LEADER, in collaborazione con la Facoltà di Economia alimentare dell'Università di Cork. Nel periodo 1992-1993, il GAL ha effettuato un'indagine presso

un campione di imprese del settore agroalimentare, un'operazione che ha evidenziato i seguenti bisogni in materia di assistenza: consulenza, assistenza tecnica, finanziaria e commerciale, locali appropriati ecc. L'associazione è stata creata per colmare queste lacune.

Attuazione

La West Cork Food Enterprise Partnership raggruppa in modo informale quattro cooperative agricole locali, due imprese del settore lattiero-caseario, l'Università di Cork e il Teagasc (Istituto nazionale di ricerca e di formazione nel settore dell'agricoltura e dell'alimentazione).

Per promuovere gruppi di prodotti locali e contribuire allo sviluppo di un'immagine di marca dei prodotti regionali è stata organizzata una Fiera annuale dei prodotti del West Cork. L'associazione ha inoltre partecipato a studi di fattibilità per numerose imprese che intendevano diversificare la loro attività verso l'acquicoltura, la coltivazione di bulbi o la produzione di funghi. La perizia viene effettuata dai membri dell'associazione e, se necessario, da esperti esterni (l'Università di Cork si è occupata ad esempio del progetto d'acquicoltura). Questi studi si rivelano di utilità soprattutto per i piccoli imprenditori agricoli che desiderano tentare nuove produzioni per integrare le proprie entrate (la cooperativa agricola di Bandon, per esempio, aiuta alcune aziende agricole della zona ad avviare una coltura di narcisi e tulipani).

L'associazione organizza corsi di marketing e di controllo della qualità destinati alle piccole imprese. Anche in questo caso, i membri dell'associazione si sono basati sulla loro esperienza ricorrendo solo occasionalmente ad operatori esterni, come il

Southern Health Board che fornisce consulenza alle imprese agroalimentari in materia di norme sanitarie.

Per instaurare rapporti tra l'Università di Cork e le imprese alimentari, l'associazione ha istituito un premio per la creazione di un nuovo prodotto che gli studenti dell'ultimo anno del corso di Commercio alimentare devono elaborare. I progetti devono trattare in maniera approfondita tutti gli aspetti inerenti al lancio di un prodotto sul mercato irlandese: produzione, commercializzazione, finanziamento.

L'associazione ha contribuito alla creazione, a Bandon, del "Centro di produzione alimentare del West Cork", una società incubatrice che permette ai potenziali imprenditori di lavorare allo sviluppo di nuovi prodotti. Presso il centro operano tre imprese: Bandon Vale Cheese Company, che produce formaggi di origine inglese (doppio Gloucester e Red Leicester); Bandon Valley Foods, che prepara cipolle destinate all'industria alimentare e ai dettaglianti locali; Naturale, che offre prodotti di qualità ai ristoranti della regione.

Bilancio e fonti di finanziamento

Un bilancio di 7 980 ECU, finanziato in parti uguali dalle cooperative agricole e dal programma LEADER, ha permesso di retribuire un agente di sviluppo a tempo parziale. I costi del Centro di produzione alimentare (1,6 milioni di ECU) sono stati sostenuti dalla cooperativa agricola di Bandon, dal South Cork Enterprise Board (la locale Camera di commercio) e dal gruppo LEADER.

Elementi innovativi per il territorio

Identità del territorio

La promozione dei prodotti alimentari e di un turismo attuato nel rispetto dell'ambiente ha permesso al West Cork di forgiare un'immagine di marca per i suoi prodotti e, al contempo, un'identità territoriale. Questa strategia è stata confermata con l'inaugurazione di una fiera commerciale per la promozione dei prodotti regionali che contribuisce inoltre al rafforzamento dei rapporti di collaborazione tra le piccole imprese della zona. L'allestimento della fiera e gli stand sono stati realizzati da professionisti del settore in modo da restituire l'immagine del West Cork. Pertanto, l'operazione ha favorito non soltanto le imprese del settore alimentare, ma anche le aziende del settore turistico e gli artigiani locali.

Attività e occupazione

L'associazione ha contribuito ad introdurre una dinamica partecipativa e favorisce le sinergie, fornendo al contempo il sostegno necessario per lo sviluppo delle imprese. Anche i rapporti tra il settore agroalimentare ed il turismo si sono consolidati.

La creazione di un "Forum dell'Alimentazione" ha migliorato la comunicazione e gli scambi fra gli operatori del settore agroalimentare della contea. L'iniziativa ha rafforzato la cooperazione tra settore privato (cooperative agricole e piccole imprese) e settore pubblico (Teagasc, Università di Cork e gruppo LEADER). I contatti con l'Università si sono intensificati e ciò ha permesso una migliore diffusione delle informazioni scaturite dalla ricerca fondamentale e dalla ricerca applicata.

Competitività e accesso al mercato

Sono stati identificati nuovi sbocchi commerciali sul mercato interno ed estero e sono state avviate operazioni di commercializzazione collettiva volte a migliorare la competitività delle aziende. L'associazione ha messo a disposizione la vasta gamma di servizi e di aiuti pubblici di cui dispone: formazione tecnica, formazione marketing, consulenze offerte ai singoli imprenditori, messa a disposizione di locali adatti. Le fiere dei prodotti regionali hanno dato modo alle piccole imprese di stabilire contatti diretti con clienti irlandesi ed esteri.

LA CONTEA DI WEST CORK

La Contea di West Cork (71 500 abitanti), nella parte sud-occidentale dell'Irlanda, è una regione essenzialmente rurale con un habitat naturale vario e ben conservato. L'agricoltura, che occupa il 35% della popolazione attiva, resta la pietra angolare dell'economia. La pesca ed il turismo sono altri settori economici importanti e sono anch'essi oggetto di interventi mirati (formazione, professionalizzazione degli operatori, sostegno per la diversificazione ecc.). Nel 1995 è stato registrato un tasso di disoccupazione pari al 15% della popolazione attiva.

Contattare:

Ian Dempsey
West Cork LEADER Co-operative Society Ltd.
Shinagh House
Bandon
IRL-Co. Cork
Tel.: + 353 23 412 71
Fax: + 353 23 413 04

CARNICA-ROSENTAL (Carinzia, Austria)

Reintroduzione e valorizzazione di una razza ovina in via di estinzione: la "pecora con gli occhiali"



L'azione

Il gruppo di azione locale Carnica-Rosental, che interviene in un territorio confinante con la Slovenia, fornisce assistenza ad un'associazione che ha reintrodotta una razza ovina locale in via di estinzione: la "Brillenschaf" (pecora con gli occhiali). Nel 1986 esistevano soltanto 17 esemplari di questa razza, passati ad oltre 600 nel 1997. L'associazione, alla quale aderiscono una sessantina di allevatori, amministra un programma di riproduzione e ha introdotto un marchio di qualità per la carne. Essa ha inoltre stipulato vari contratti con 10 ristoranti. Per sensibilizzare i consumatori e invogliare i turisti a prolungare il loro soggiorno, è stato allestito nella zona di produzione un itinerario di scoperta che offre inoltre la possibilità di degustare le specialità gastronomiche.

Elementi chiave

- > Reintroduzione e valorizzazione a fini economici di una razza ovina locale in via di estinzione.
- > Introduzione di un marchio di qualità della carne e vendita diretta di specialità ai consumatori e ai ristoranti.
- > Azione di valorizzazione del territorio incentrata sul tema delle "razze locali minacciate" e della flora selvatica mediante l'allestimento di un sentiero di scoperta che include aziende agricole, ristoranti e pensioni.
- > Cooperazione transfrontaliera Austria-Slovenia incentrata su un elemento comune legato all'identità.

Il contesto

Per molto tempo l'agricoltura ha privilegiato l'abbattimento dei costi di produzione e del prezzo di vendita, sovente a scapito della qualità e della specificità. Lo sviluppo di un mercato di massa standardizzato ha ridotto il numero di razze e di specie domestiche, un tempo estremamente diversificate. Le specie animali e vegetali che offrivano il minor rendimento in termini di produttività sono state eliminate. Le razze ovine a lana grossa sono state progressivamente scartate dal mercato lasciando il posto a razze più pesanti, a lana fine, destinate alla produzione di carne (come ad esempio la pecora di razza montana). Questo fenomeno si è verificato anche nel caso della Brillenschaf, riconoscibile da una macchia circolare nera intorno agli occhi (da cui il nome "pecora con gli occhiali"). Questa razza rustica e polivalente, di taglia media, era presente in passato dalle zone dei Friuli (Italia) sino alle Alpi slovene e al sud dell'Austria. Simbolo di un'identità comune condivisa da tre regioni frontaliere, dove si incrociano le culture latine, germaniche e slave, questa razza ovina era praticamente scomparsa. La sua sopravvivenza si deve all'intervento di due associazioni (una austriaca e una slovena) per la tutela delle razze locali in via di estinzione che ne avevano conservato alcuni capi.

In taluni casi, la protezione di queste razze locali può offrire, alle regioni di origine, buone potenzialità di sviluppo economico: le tendenze di mercato mutano e alcune caratteristiche possono essere apprezzate dai consumatori a condizione che soddisfino criteri di qualità e che vengano valorizzate con un'oculata politica promozionale. Per il gusto particolare della sua carne, la razza Brillenschaf era particolarmente adatta a questo processo di valorizzazione.

Occorreva tuttavia preparare gli operatori locali all'operazione. A tale fine erano necessari una vasta campagna di sensibilizzazione e il ricorso a pratiche ancestrali ancora radicate nella regione. Nella zona di Rosental, situata nella parte meridionale dell'Austria, queste condizioni erano presenti: in passato erano già state condotte alcune esperienze per la valorizzazione di specie animali locali, in particolare il tentativo di reintrodurre e rilanciare l'ape Carnica.

Il punto di partenza

Quando il gruppo LEADER contattò l'associazione degli allevatori della razza Brillenschaf, il processo è già a buon punto. Un agricoltore a tempo parziale residente al confine con la Slovenia si interessa infatti, da circa 15 anni, a questa razza ovina dedicandovi gran parte del suo tempo. Egli stipula un accordo con l'associazione austriaca per la tutela delle specie domestiche minacciate. Nel 1986 egli acquista l'ultimo gregge di pecore con gli occhiali e decide, con un ristretto gruppo di allevatori, di ricostituire la specie con 17 femmine e alcuni maschi di origine certificata. Essi fondano un'associazione di allevatori della razza "Brillenschaf" prefiggendosi come obiettivo la reintroduzione e la valorizzazione della specie a fini scientifici ed economici. Il numero di allevatori partecipanti all'operazione aumenta progressivamente.

Poco tempo dopo, lo stesso processo viene avviato in Slovenia: viene costituita un'associazione di allevatori di pecore con gli occhiali e si avviano i primi scambi tra le due associazioni (austriaca e slovena).

Attuazione

Sul versante austriaco, ogni cosa viene organizzata per valorizzare la razza: le caratteristiche legate all'identità e alla cultura nonché la qualità della carne vengono messe in evidenza.

Sul piano genetico, la selezione dei riproduttori viene affidata a un comitato di allevatori e di esperti, riletto ogni anno al fine di integrare il maggior numero di produttori in funzione della loro specialità. La selezione avviene in occasione di vari mercati del bestiame.

Un esperto che opera presso l'Associazione austriaca per la salvaguardia delle specie minacciate garantisce il monitoraggio scientifico dell'operazione. Si instaura una collaborazione con i mass-media e viene realizzato un filmato che illustra il nesso tra l'allevamento di questa razza ovina, il patrimonio culturale e la ricostruzione di una coesione in questa zona bilingue (tedesco e sloveno) del sud della Carinzia.

Per informare i produttori, l'associazione austriaca organizza seminari, escursioni e giornate di dibattito, intensificando inoltre i contatti con i partner sloveni.

Per incrementare gli sbocchi commerciali, ai ristoranti della zona vengono proposte alcune ricette speciali a base di carne di Brillenschaf e questi piatti vengono promossi anche in occasione di fiere e mercati. Nel 1997 viene introdotto un marchio di qualità, al quale aderiscono dieci ristoranti della zona (menù e piatti preparati utilizzando la carne della razza Brillenschaf).

Per quanto riguarda la promozione presso il grande pubblico, l'associazione organizza nel borgo di Fertach, due volte all'anno, il "Mercato delle razze ovine e caprine". Questo mercato, che richiama varie migliaia di persone, promuove la vendita della carne di Brillenschaf nonché quelle della carne di altre specie domestiche in via di estinzione.

Inoltre, per integrare l'operazione nel settore turistico, un itinerario escursionistico ai piedi della catena montuosa delle Caravanche viene trasformato in un percorso di scoperta delle razze animali domestiche minacciate. Il tracciato comprende la scoperta della flora protetta della zona. Su iniziativa di alcuni studenti viene anche elaborato un progetto di turismo didattico: varato nel 1996 sotto forma di una setti-

CARNICA-ROSENTAL

Situata al confine con la Slovenia, la zona LEADER Carnica-Rosental si estende nell'estremità meridionale dell'Austria. Nella zona vi sono vari tipi di paesaggi, dalla valle del fiume Drava (460 m di altitudine) sino alla catena montuosa delle Caravanche (vetta principale: 2 237 m) che separa i due Paesi. Il territorio che si estende su una superficie di 500 km², ha una popolazione di 28.000 abitanti ripartiti nei vari paesi del comprensorio. La regione è prevalentemente boschiva e l'attività agricola interessa soltanto un quinto della superficie. La vicinanza a centri urbani relativamente importanti (Klagenfurt, Villach) ha trasformato il territorio in una zona dormitorio con un'attività economica limitata.

mana di escursioni, il progetto è attualmente parte di un programma mensile intitolato "L'Arca di Noè della Carinzia".

Bilancio e fonti di finanziamento

Il costo del progetto è stato ripartito in versamenti annuali per l'intera durata del programma LEADER II. Quest'ultimo contribuisce esclusivamente alle azioni relative al monitoraggio tecnico. Le spese materiali (30.000 ECU l'anno) sono finanziate al 63% dall'Obiettivo 5b.

Elementi innovativi per il territorio

Attività e occupazione

La razza Brillenschaf, quasi estinta dieci anni or sono, è oggi la più diffusa in Carinzia. Nel 1998, 12 dei 64 agricoltori che praticano questo tipo di allevamento svolgono l'attività a tempo pieno, mentre l'80% degli allevatori della zona esercita la propria attività solo a tempo parziale.

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Il progetto ha coinvolto numerosi soggetti pubblici e privati. Le autorità pubbliche svolgono un ruolo di rilievo, in particolare la Camera dell'Agricoltura che fornisce un sostegno logistico per la gestione degli allevamenti. Tra gli allevatori figurano professionisti di vari settori e ciò contribuisce a rafforzare le sinergie tra i vari operatori.

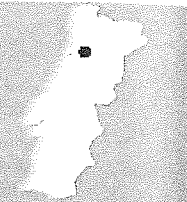
L'associazione, inoltre, ha avviato un progetto transfrontaliero in collaborazione con gli allevatori sloveni. Questa iniziativa è importantissima per questa zona in cui, storicamente, l'integrazione della popolazione è sempre stata fonte di problemi. Lo sviluppo di una razza comune consente di rafforzare progressivamente i contatti tra le due regioni facendo leva su uno stesso riferimento culturale e modelli di sviluppo comuni (turismo, gastronomia).

Contattare

Franz Rauchenberger, Geschäftsführer,
LEADER Region Carnica-Rosental,
Kirchgasse 5, Postfach 44
A-9170 Fertach
Tel. & fax: +43 4227 5119

ALTO CAVADO (Nord, Portogallo)

Professionalizzare una tradizione: la cooperativa "Aliança Artesanal"



L'azione

Alcune donne piuttosto anziane, esperte nelle antiche tecniche di ricamo e lavorazione del lino, costituiscono l'elemento centrale di una cooperativa di artigiane creata in questa zona rurale. Progressivamente, la cooperativa si è ampliata e affermata grazie ad una serie di azioni di formazione professionale destinate a giovani donne, nonché ad un processo di diversificazione della produzione e di promozione dei prodotti. Questo progetto ha permesso di rilanciare il settore del ricamo e della tessitura del lino, adattando i prodotti alle esigenze del mercato.

Elementi chiave

- > Reintroduzione di tecniche artigianali tradizionali mediante corsi di formazione professionale.
- > Decorazione di oggetti di uso quotidiano rivalutando i motivi tradizionali legati all'identità della zona.
- > Sostegno all'artigianato femminile mediante l'organizzazione collettiva ed una partnership pubblico-privata.
- > Promozione e commercializzazione di questi manufatti artigianali in occasione di fiere e mediante l'allestimento di uno spazio espositivo permanente.

Il contesto

La tessitura del lino e il ricamo erano attività femminili estremamente diffuse nelle comunità rurali del Portogallo. Era un modo per occupare il tempo libero e, sin dalla più giovane età, le ragazze producevano oggetti che, oltre ad essere di uso quotidiano, avevano un valore sociale e semiologico. Nell'Alto Cavado (nord del Portogallo), ad esempio, i "foulard degli innamorati" erano tessuti di lino finemente ricamati con motivi decorativi e versi che le ragazze realizzavano personalmente e offrivano all'eletto del loro cuore. Per dimostrare che l'amore era corrisposto, il ragazzo portava nei giorni seguenti il foulard annodato al collo e in questo modo si formavano le coppie e i matrimoni. Quest'antica tradizione, che risale al XVII secolo, è ancora oggi un simbolo dell'identità culturale della regione.

Le tradizionali tecniche di ricamo sono state pertanto l'elemento di base di una moltitudine di motivi decorativi inventati dalle donne. Gran parte di questi disegni sono oggi scomparsi, vittime della concorrenza dei prodotti industriali.

Nell'ambito della sua politica di "rivalorizzazione della famiglia", il regime autoritario di Salazar (1932-1974) ha promosso le attività femminili tradizionali (tessitura del lino, ricamo, sartoria) creando in ogni comune del Portogallo le cosiddette "Opere delle Madri". D'ispirazione paternalista e corporativista, queste associazioni hanno tuttavia permesso di mantenere vive alcune tecniche tradizionali che stavano scomparendo.

Il punto di partenza

Con la rivoluzione del 1974 e l'avvento della democrazia in Portogallo, le Opere delle Madri sono scomparse o si sono progressivamente trasformate in cooperative e associazioni. In questo contesto nascono due strutture che riprendono alcune attività tipiche delle antiche Opere, mantenute in vita da alcune donne che hanno continuato a praticarle:

- > la cooperativa "Aliança Artesanal" (Alleanza Artigianale), creata nel 1988 a Vila Verde, alla quale sono associate artigiane prevalentemente orientate verso il ricamo;
- > il "Centro sociale e artigianale di Covide", diventato in seguito l'associazione "Pietre Bianche", che partecipa principalmente alla riscoperta delle tecniche tradizionali per la lavorazione e la tessitura del lino.

Attuazione

Queste due strutture, inizialmente molto vulnerabili in quanto costituite soltanto da 2 o 3 donne piuttosto anziane, fruiscono di varie sovvenzioni pubbliche che permettono loro di svilupparsi.

Nel 1988, due corsi di formazione finanziati dal FSE consentono di aumentare sensibilmente il numero delle artigiane. La formazione viene impartita dalle donne della cooperativa e del Centro sociale. L'Alleanza Artigianale incentra le sue attività soprattutto sul recupero dei motivi e sulla fabbricazione dei "foulard degli innamorati". Tuttavia, questi foulard decorativi, avendo un mercato ristretto ed implicando elevati costi di produzione, non consentono alle artigiane di ottenere un reddito sufficiente.

L'introduzione di LEADER I offre l'opportunità di definire una strategia per rilanciare l'artigianato abbinando formazione, diversificazione e promozione dei prodotti. Nel 1993, pertanto, le azioni di formazione destinate alle giovani vengono ampliate e sono organizzati corsi di perfezionamento per le artigiane già esperte. L'azione tende ad aiutare le donne ad ideare capi di abbigliamento "moderni" in lino, incorporandovi motivi decorativi ispirati ai "foulard degli innamorati".

Da allora, la cooperativa ha ampiamente diversificato i prodotti e le formule di commercializzazione, garantendo così la fattibilità economica dell'attività delle socie.

Viene realizzato sistematicamente un lavoro finalizzato al recupero dei disegni e dei motivi tradizionali, basandosi in particolare su fotografie riportate in varie opere etnografiche. Questi motivi sono quindi rielaborati e diversificati, soprattutto per quanto riguarda i colori.

La cooperativa disegna vari capi di abbigliamento e altri articoli di uso quotidiano (tende, tovaglie, tappeti, ecc.), integrandovi i motivi tradizionali dei "foulard degli innamorati". Questi prodotti sono presentati in uno spazio espositivo permanente situato nei locali della cooperativa.

Alleanza Artigianale ha acquisito un'ottima reputazione presso i distributori e i consumatori, in particolare grazie alla partecipazione a numerose fiere e manifestazioni di varia natura, nonché in occasione di sfilate di moda (nel 1994 ne sono state organizzate sei).

Due stiliste ordinano periodicamente abiti in lino che ricamano in seguito con motivi tradizionali. Recentemente, un'artigiana originaria di Caldas da Rainha, regione specializzata nella ceramica, ha avuto l'idea di decorare i propri prodotti con motivi ispirati ai "foulard degli innamorati". Traendo spunto da questa idea originale, la cooperativa ha diversificato la gamma dei prodotti offerti integrando questa nuova produzione.

Bilancio e fonti di finanziamento

La cooperativa Alleanza Artigianale ha fruito di tre finanziamenti LEADER:

- > la formazione professionale delle artigiane ha richiesto un investimento di 12 800 ECU nel 1993 (di cui 8 320 ECU finanziati da LEADER) e di 22 500 ECU nel 1994 (di cui 14 462 ECU stanziati da LEADER);

L'ALTO CAVADO

La zona LEADER dell'Alto Cavado, situata nella parte settentrionale del Portogallo, si estende su una superficie di 705 km², di cui 250 km² all'interno del Parco naturale nazionale di Gêres. Con una popolazione di 92 500 abitanti (131 abitanti/km²), l'Alto Cavado è suddiviso in tre zone geoeconomiche: una pianura con un'alta densità di popolazione per la vicinanza alle città di Braga (100 000 ab.) e Porto (agglomerato urbano: 1 700 000 ab.); una zona intermedia dove prevale la coltura mista e l'allevamento (latte, carne, vino); una zona montana scarsamente popolata dove viene praticato l'allevamento estensivo. Il Parco naturale di Gêres, lo sfruttamento delle fonti termali, i numerosi specchi d'acqua (grandi laghi artificiali), le tradizioni ancora vive, la gastro-

- > una prima azione per l'introduzione dei motivi ha richiesto una spesa di 1 460 ECU (di cui 950 finanziati da LEADER); un secondo intervento in questo campo, realizzato congiuntamente con l'associazione "Pedras Brancas" (Pietre Bianche), ha implicato un costo di 15 000 ECU (9 750 dei quali sostenuti da LEADER);
- > le spese relative alla attività promozionali ammontavano a 29 340 ECU, di cui 19 070 erogati da LEADER.

Elementi innovativi per il territorio

Competitività e accesso al mercato

La produzione dei "foulard degli innamorati" si è rivelata un'attività economicamente non sostenibile, ma l'uso dei motivi decorativi per la fabbricazione di oggetti di uso quotidiano (capi di abbigliamento, tovaglie, tende e oggi anche articoli in terracotta) ha riscosso un grande successo: questa strategia permette di superare i problemi finanziari valorizzando al contempo l'interesse dei consumatori verso una tradizione legata all'immaginario collettivo. Il programma LEADER ha svolto un ruolo fondamentale in questo processo di evoluzione, definendo una strategia globale per il rilancio dell'artigianato femminile.

Attività e occupazione

Nel 1998 la cooperativa era costituita da circa 80 socie. Dieci di queste lavorano a tempo pieno nei laboratori dell'impresa, mentre 20 lavorano a domicilio. Queste ultime ricevono la materia prima dalla cooperativa e si impegnano a fornire la totalità della loro produzione.

La creazione della cooperativa artigiana ha inoltre contribuito, in larga misura, a rilanciare il settore del ricamo. Molte donne praticano oggi questa attività mentre svolgono altri lavori (ad esempio mentre sorvegliano gli animali al pascolo) e ciò consente loro di sfruttare meglio il tempo a loro disposizione.

Identità territoriale

Questo processo di rinnovamento del ricamo tradizionale ha rilanciato un aspetto essenziale dell'identità del territorio, che ritrova una propria funzione in una logica di mercato rispondente alle nuove tendenze di consumo. Questo rilancio dell'identità territoriale offre nuove prospettive, soprattutto nel settore del turismo rurale.

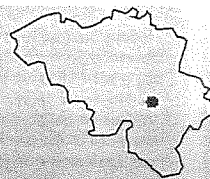
nomia, il patrimonio architettonico e archeologico rappresentano importanti risorse per il turismo.

Contattare

José António da Mota Alves / Paulo Cristina
ATHACA - Associação de Desenvolvimento das Terras Altas do Homen, Cavado e Ave
Rua Condestavel D. Nunes Alvares Pereira, 356/380
P-4730 Vila Verde
Tel. & fax: +351 53 323 966

FAMENNE (Vallonia, Belgio)

La Cooperativa agricola di Méan



L'azione

La Cooperativa agricola di Méan garantisce la vendita diretta dei prodotti alimentari di una trentina di agricoltori, nonché la produzione e la vendita di formaggi ottenuti con il latte da essi prodotto (130 000 l nel 1997). L'originalità di questa cooperativa consiste nel fatto di riunire all'interno della struttura i produttori, i consumatori ed i dipendenti, rappresentati su base paritaria nel Consiglio di amministrazione. Ciò consente una concertazione diretta tra le tre categorie e conferisce un certo dinamismo alla cooperativa, nonché sicurezza in merito alla vendita dei prodotti.

Elementi chiave

- > Gruppo di riflessione di giovani agricoltori che va al di là dell'ambito di un'azione puramente economica.
- > Collegamento tra varie forme di organizzazione (trasformazione presso il produttore o in cooperativa).
- > Articolazione tra mercati locali e punti vendita nei centri urbani.
- > Ricerca costante della qualità dei prodotti, coinvolgendo i consumatori nel processo.
- > Controllo della qualità dei prodotti a tutti i livelli (produzione, trasformazione, vendita), soprattutto grazie all'applicazione della procedura HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) della Commissione europea.

Il contesto

L'avvio e la fattibilità dell'azione si fondano su quattro elementi:

- > la vicinanza di grandi città con abitanti dal reddito elevato (Bruxelles, Liegi, Namur e Lovanio);
- > l'aumento della domanda di prodotti biologici di qualità;
- > la crisi agricola delle aree rurali situate nella regione sud-orientale del Belgio;
- > le attività di animazione e riflessione condotte da giovani agricoltori.

Il punto di partenza

All'inizio degli anni '80 alcuni giovani del comune di Havelange (4 500 abitanti) si riuniscono periodicamente con un animatore della Gioventù Rurale Cattolica per discutere del loro futuro, del loro inserimento nella vita attiva e del modo di concretizzare il loro ideale di cooperativa. Uno di questi, terminati gli studi di agraria, inizia a lavorare nell'azienda agricola familiare che commercializza i prodotti del latte (burro, latticello, formaggio bianco). Egli continua così la tradizione ed amplia l'attività dell'azienda agricola (segue un corso di formazione specializzata e si lancia nella produzione di un formaggio tipo Saint-Paulin, il "Cherombou") vendendo i prodotti della fattoria nei mercati limitrofi.

Il successo di tale attività lo porta ben presto a dover estendere la gamma dei prodotti in vendita. Egli propone pertanto ad altre aziende agricole di commercializzare la loro produzione. Queste tappe vengono discusse e sono oggetto di scambi all'interno del gruppo di riflessione. I giovani agricoltori aderiscono al progetto e si associano per fondare,

alla fine del 1986, la "Coopérative Fermière de Méan". La cooperativa si orienta verso la commercializzazione di prodotti biologici di qualità e coinvolge, fin dall'inizio, alcuni consumatori urbani nella costituzione del suo Consiglio di amministrazione.

Attuazione

Progressivamente, la cooperativa amplia le proprie attività di vendita diretta. Con l'acquisto di un primo e, successivamente, di un secondo furgone frigorifero, essa è presente in vari mercati settimanali. Due mezza giornate la settimana, i due furgoni vengono utilizzati inoltre per vendere i prodotti presso la sede della cooperativa.

Nel 1990 la cooperativa agricola di Méan diventa anche una cooperativa di produzione ed inizia a fabbricare i propri formaggi trasformando il latte dei soci. Essa assume del personale che viene invitato progressivamente ad aderire alla cooperativa.

Nel 1991 la cooperativa acquista un bancone frigorifero a Bruxelles, e successivamente ne acquista un secondo, diventando così la prima struttura professionale per la commercializzazione dei prodotti di fattoria nei mercati della Vallonia.

Questo consente alla cooperativa di estendere la gamma dei prodotti commercializzati al pollame ed ai salumi e, successivamente, ad una serie diversificata di prodotti agroalimentari (attualmente la gamma comprende 320 prodotti: prodotti caseari, pane, salumi artigianali, uova, succhi di frutta, nonché vari prodotti biologici provenienti dall'esterno e

dal commercio "equo e solidale" con i paesi in via di sviluppo - caffè, tè, cereali, vino).

In seguito, la cooperativa progetta di estendere i propri servizi ai soci creando una centrale d'acquisto comune per i disinfettanti, l'imballaggio, ecc.

Bilancio e fonti di finanziamento

La Coopérative Fermière di Méan ha fruito di finanziamenti nell'ambito del Programma di Sviluppo Integrato (PSI) e del Programma di Sviluppo delle Zone Rurali dell'Unione Europea (PSZR). Il primo riguardava le spese del personale e gli investimenti, mentre il secondo è stato utilizzato per la formazione e l'inquadramento dei produttori, la promozione, la ricerca di nuovi mercati ed i controlli di qualità.

La cooperativa ha inoltre ottenuto un finanziamento LEADER concesso nell'ambito di una misura denominata "Assistenza tecnica ai promotori di progetti di diversificazione agricola", gestito dal Centro di Economia rurale. Le azioni finanziate con questa sovvenzione includono i vari studi realizzati, la pubblicazione di un bollettino d'informazione trimestrale e l'assistenza tecnica di un esperto, successivamente assunto in qualità di direttore della cooperativa.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Riunendo nel proprio consiglio di amministrazione su base paritaria produttori, consumatori e dipendenti, la cooperativa di Méan è al contempo una cooperativa agricola, un consorzio di consumatori e una cooperativa operaia. La partecipazione dei consumatori all'iniziativa ed al processo decisionale, nonché la qualità del rapporto instaurato tra venditori ed acquirenti, fidelizzano la clientela consentendo alla cooperativa di vendere la quasi totalità dei prodotti sul mercato locale. Tale aspetto garantisce una maggiore sicurezza per quanto riguarda gli sbocchi commerciali. Un'inchiesta realizzata tra i clienti del punto vendita situato nella sede della cooperativa ha indicato che la frequenza è regolare (il 61% fa acquisti ogni settimana ed il 21% una volta al mese) e che la maggior parte della clientela risiede in un raggio non superiore ai 20 km.

LA FAMENNE

Regione naturale delle Ardenne, la Famenne vanta grandi risorse boschive. L'agricoltura, prevalentemente orientata verso l'allevamento e la produzione di carne di qualità, è limitata a causa delle cattive condizioni climatiche e della mediocrità del suolo. La qualità dell'ambiente e del patrimonio culturale di questa zona LEADER favoriscono lo sviluppo del turismo. Il comune di Havelange, in cui ha sede la cooperativa, fruitisce di un progetto di sviluppo condotto dalla Fondazione rurale della Vallonia.

Competitività e accesso al mercato

Un altro elemento che garantisce la fattibilità economica del progetto è l'articolazione di vari canali di commercializzazione:

- > vendita al dettaglio (pari al 75% del fatturato) in due mercati di Bruxelles specializzati nei prodotti dell'agricoltura biologica e in sei mercati misti (prodotti agroalimentari e di altro tipo) situati in grandi centri (dai 20 ai 110 km di distanza). Si noti che i due banconi frigo che avevano riscosso inizialmente molto successo (dal 25% al 30% del fatturato della cooperativa) assorbono attualmente soltanto il 5% delle vendite;
- > vendita a prezzi "all'ingrosso" ai rivenditori (pari al 15% del fatturato, con una netta tendenza al rialzo) ed ai ristoranti (consegna a domicilio, 10% del fatturato);
- > prossima apertura di un punto vendita lungo una strada ad alto traffico per attirare la clientela di passaggio durante l'alta stagione.

Attività e occupazione

La Coopérative Fermière di Méan garantisce un reddito principale o integrativo ad una cinquantina di persone tra produttori e dipendenti. Questi ultimi, che sono attualmente 16, si suddividono l'equivalente di 6,2 impieghi a tempo pieno. Il lavoro a tempo parziale rappresenta un elemento importante in quanto le prestazioni sono concentrate nel fine settimana. Per quanto riguarda i produttori, essi commercializzano tramite la cooperativa, a seconda dei casi, tra il 10 ed il 90% della loro produzione.

In un piccolo centro come Méan, con appena 1 000 abitanti, il peso della cooperativa è determinante per lo sviluppo della zona. Essa ha peraltro consentito di diversificare le produzioni degli agricoltori e le attività di trasformazione delle aziende agricole. In questo paesino si sono insediate due unità a conduzione familiare per la trasformazione e la valorizzazione dei prodotti di fattoria che lavorano in stretta collaborazione con la cooperativa.

Contattare

Marc Leconte
La Fermière de Méan S.C.
Rue Cherombou, 9
B-5374 Mafre
Tel.: +32 86 322 343
Fax: +32 86 323 689

HAUTE-SÛRE (Lussemburgo)

"Téi vum Séi": un progetto didattico di diversificazione agricola progressiva



L'azione

Introduzione della coltivazione di piante aromatiche e medicinali nel territorio del Parco naturale della Haute-Sûre, strutturato intorno ad un lago artificiale. L'iniziale reticenza delle amministrazioni, degli agricoltori e della popolazione nei confronti di un "progetto di portata ridotta" è stata gradualmente dissipata. Gli agricoltori, in particolare, temevano che un'azione di questo tipo comportasse un ritorno al lavoro agricolo manuale. La meccanizzazione del raccolto e dei processi di trasformazione delle piante in tisane è stato invece il primo passo verso il consolidamento dell'iniziativa. Il marchio "Téi vum Séi" (Tisana del Lago), che interessava nel 1998 una gamma di 23 prodotti, ha permesso di migliorare l'immagine della Haute-Sûre. Attualmente l'operazione è già un successo, poiché nel 1998 l'associazione Téi vum Séi riusciva a soddisfare soltanto il 40% della domanda esistente.

Elementi chiave

- > Creazione di una gamma di nuovi prodotti agricoli di qualità in un territorio caratterizzato da una forte presenza dell'agricoltura tradizionale.
- > Azione graduale di adeguamento delle produzioni agricole ai criteri di tutela ambientale e di valorizzazione dell'immagine di un Parco naturale.
- > Creazione in un piccolo centro di un "Orto botanico delle Piante medicinali" a fini didattici, che suscita l'interesse di turisti e scolaresche.
- > Effetto dimostrativo per altri progetti dello stesso tipo attuati nella regione: i produttori iniziano a prendere coscienza delle possibilità offerte dalle attività di nicchia e dalle produzioni "personalizzate".

Il contesto

La diversificazione agricola presuppone un processo di cambiamento a lungo termine, soprattutto nei territori dove l'agricoltura intensiva è profondamente radicata. Essa implica, da parte degli agricoltori abituati ai mercati anonimi delle produzioni agricole di massa, l'accettazione dei cambiamenti ed una reale comprensione dei rischi e dei vantaggi indotti dalla produzione e dalla commercializzazione diretta. L'orientamento dell'attività agricola verso prodotti di qualità è una sfida che il Parco naturale della Haute-Sûre deve cogliere per consolidare la propria immagine, tenendo presente al contempo gli interessi e le esigenze degli agricoltori. Alla luce delle nuove tendenze e della crescente domanda di qualità da parte dei consumatori, la coltivazione delle erbe aromatiche sembra offrire buone potenzialità.

Il punto di partenza

L'idea di diversificare la produzione locale mediante la coltivazione e la trasformazione di piante aromatiche è emersa nel 1991, in occasione della redazione del business plan dell'Iniziativa comunitaria LEADER I. Il documento prevedeva la realizzazione di uno studio di fattibilità relativo a questo mercato, che sarà successivamente condotto dallo stesso gruppo di azione locale (GAL) con una serie di visite in altre zone LEADER (in particolare nelle isole Canarie ed in Francia), nonché contattando alcuni tecnici e aziende biologiche situati in Austria e Germania. L'idea è sostenuta dal Parco naturale della Haute-Sûre che intende valorizzare i prodotti di qualità per affermare la propria immagine.

Nei mesi dedicati alla raccolta delle informazioni, vengono promosse azioni destinate a sensibilizzare la popolazione ed i produttori. Fin dall'inizio, risulta estremamente difficile persuadere gli agricoltori delle potenzialità del progetto. Ciò nonostante, il GAL riesce a convincere 8 agricoltori a mettere a disposizione 20 are per la prima azione sperimentale e viene costituita un'associazione di produttori.

Attuazione

Sono stati necessari 5 anni per convincere gli agricoltori e l'amministrazione della fattibilità economica del progetto. Attualmente vengono coltivati 3 ettari (di cui 0,5 ha è destinato alla coltivazione delle piante selvatiche, ad esempio delle foglie di gelso) e nel 1998 l'associazione era composta da 16 soci.

Nel 1993 è stato affittato per cinque anni ad un prezzo simbolico un fabbricato agricolo abbandonato. Questo edificio ristrutturato ha consentito di centralizzare la catena di trasformazione (essiccazione, imballaggio e stoccaggio delle tisane e delle spezie) e di incitare i produttori a produrre di più, grazie all'effetto dimostrativo della struttura. L'associazione ha allestito, con l'aiuto del Parco naturale, un dispositivo di assistenza tecnica (sul tipo di semi, il trattamento delle coltivazioni, ecc.).

Fin dagli inizi del progetto è emerso il problema della meccanizzazione. I produttori, infatti, avevano escluso il lavoro manuale. Attualmente vengono impiegati macchinari sofisticati, ad esempio per quanto riguarda la raccolta dei fiori di camomilla (attrezzatura acquistata nella Repubblica ceca).

Inoltre, sono stati introdotti sistemi di essiccazione a 30°C per la conservazione degli oli essenziali delle piante. L'attività si svolge da maggio a settembre e nel 1997 è stata trasformata una tonnellata di erbe. In termini di valore aggiunto, un ettaro di erbe aromatiche corrisponde a 40 ettari di cereali. Con sette diverse piante per le tisane e nove per le spezie, Téi vum Séi offre una gamma di 23 prodotti: 5 tipi di tisana in bustina, 8 tipi di tisana sfusa e 10 spezie. Una volta consolidato il progetto LEADER I, l'associazione Téi vum Séi ha creato nell'ambito di LEADER II, in collaborazione con il Comune di Winseler, un orto botanico di piante medicinali e di spezie (il "Kraidergaart"). Nel 1996 è stata costituita una nuova associazione per gestire lo sviluppo degli aspetti botanici del Kraidergaart. In seguito al successo riscosso dalla Téi vum Séi, il progetto è stato appoggiato da diverse istituzioni pubbliche, in particolare dall'Ente per la gestione delle Risorse Idriche e Forestali, dal Dipartimento per lo sviluppo rurale del ministero dell'Agricoltura, ecc. Su una superficie di circa 2 500 m² sono state piantate 300 specie diverse, suddivise per tema: condimenti, piante astrologiche, aromatiche, medicinali, ecc. Al termine del progetto 600 specie saranno presenti nell'"Orto botanico delle piante medicinali". Il Kraidergaart, aperto al pubblico da luglio a settembre, è stato visitato nel 1997 da 2 000 persone. Al suo interno, un punto vendita permette di commercializzare i prodotti Téi vum Séi.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il progetto LEADER I Téi vum Séi ha richiesto una spesa complessiva di 85 300 ECU, di cui 34 500 ECU finanziati dall'Unione europea (FEAOG), 21 300 ECU dallo Stato lussemburghese e la quota restante (29 500 ECU) da contributi privati.

L'Orto botanico delle Piante medicinali è stato finanziato nell'ambito del programma LEADER II per un costo complessivo di 33 900 ECU (7 500 ECU stanziati da contributi europei, 14 900 ECU dallo Stato lussemburghese e 11 500 ECU provenienti da fondi privati).

HAUTE-SÛRE

Gran parte della zona LEADER Redange-Wiltz (335 km²: 13 406 abitanti) si estende nel Parco naturale della Haute-Sûre (199 km²), realizzato intorno alla diga di Esch-sur-Sûre eretta alla fine degli anni '50. Il lago artificiale creato dalla diga di ritenuta fornisce l'acqua potabile ad oltre due terzi della popolazione del Granducato e rappresenta la grande attrattiva del territorio. Esso è tuttavia soggetto ad un certo rischio di inquinamento dovuto alle pratiche agricole talvolta troppo intensive e all'affluenza turistica estiva. In questa regione montagnosa situata nel nord del Paese, in cui l'11% della popolazione attiva vive di agricoltura, la principale sfida in materia di sviluppo consiste nel conciliare lo sfruttamento delle risorse agricole locali, il turismo e la conservazione della qualità del patrimonio ambientale e paesaggistico.

Elementi innovativi per il territorio

Immagine del territorio

Il marchio Téi vum Séi è simbolo di natura e salute.

Il Kraidergaart contribuisce a rafforzare l'immagine di un territorio in cui l'ambiente naturale rappresenta una risorsa fondamentale. È stato realizzato un manuale sulle piante medicinali che illustra 757 varietà (il cui nome botanico è tradotto in 5 lingue), classificate per famiglia e per funzione, nonché un software interattivo consultabile in loco dai visitatori dell'Orto botanico.

Sono stati inoltre realizzati alcuni biglietti promozionali, distribuiti ai tavoli dei ristoranti lussemburghesi che servono i prodotti Téi vum Séi.

La gamma dei prodotti Téi vum Séi gode inoltre della grande copertura mediatica suscitata dai diversi progetti e dalle attività di animazione del Parco naturale della Haute-Sûre.

Attività e occupazione

Tutte le attività connesse a Téi vum Séi sono realizzate dai membri dell'associazione, ivi compresa la distribuzione dei prodotti che viene affidata ogni mese, a rotazione, ad un socio diverso. Prossimamente verrà assunta una persona per affiancare l'operato dei soci, in quanto la mole di lavoro richiesta dall'operazione è in costante aumento. Nel 1997 il valore aggiunto prodotto da Téi vum Séi ha rappresentato un importo pari al reddito medio di tre nuclei familiari lussemburghese.

Alcuni membri dell'associazione hanno iniziato a creare prodotti cosmetici e liquori aromatizzati con le piante locali.

Competitività e accesso al mercato

Il 50% dei prodotti è commercializzato tramite una catena di supermercati, mentre la restante metà viene venduta nei piccoli esercizi, nei negozi di prodotti biologici, nei ristoranti, nonché in due ospedali e numerose farmacie. Nel 1998 l'associazione riusciva a soddisfare soltanto il 40% della domanda esistente.

Contattare

Fons Jacques
Bureau LEADER Eschdorf,
23, an der Gaass
L-9150 Eschdorf
Tel.: +352 89 95 68 (69)
Fax: +352 89 95 67
E-mail: leader2e@education.lu

GARFAGNANA (Toscana, Italia)

Promuovere il territorio attraverso i prodotti tipici



L'azione

La valorizzazione di tre prodotti tipici (farro, miele e castagna) ha portato alla promozione nazionale e internazionale di questo territorio toscano relativamente isolato, con positive ripercussioni sul turismo. Finanziata in larga misura dai programmi LEADER I e II, l'azione ha spinto i produttori locali ad organizzarsi in consorzi. La produzione di farro, miele e farina di castagna è attualmente ben organizzata nell'ambito di solide filiere che associano agricoltori e commercianti. La cultura della qualità è un'altra componente essenziale del progetto, come attestano l'Indicazione Geografica Tipica ottenuta per il farro della Garfagnana e l'avvio del riconoscimento di due nuovi marchi di qualità e d'origine (latte e carne).

Elementi chiave

- > Creazione di filiere di produzione favorendo l'aggregazione di soggetti economici locali (in particolare agricoltori e commercianti) che non avevano precedenti esperienze di collaborazione.
- > Prodotti alimentari tipici che favoriscono la promozione economica e turistica del territorio.
- > Collaborazione degli emigrati originari della regione per dare visibilità esterna al territorio.
- > Strategia di lungo respiro basata sulla qualità, tendente a riprodurre l'azione per altri prodotti.

Il contesto

La difficile orografia del territorio ha determinato in passato un forte isolamento della zona, evitandone al contempo il disboscamento. Ancora oggi il territorio risulta coperto per oltre il 75% da foreste, pari a 86 624 Ha, di cui 4 544 Ha di castagneto da frutto in produzione. La scarsa superficie coltivata (6 500 Ha) e la forte frammentazione della proprietà fondiaria determinano un'agricoltura svolta per lo più part-time da soggetti dediti ad attività integrative. L'incremento del reddito agricolo implica una produzione orientata verso tipologie di qualità e impedisce un approccio classico ai mercati.

Il punto di partenza

Creato nel 1991 con LEADER I, il GAL Garfagnana Ambiente e Sviluppo ha individuato tre produzioni agricole che offrono buone potenzialità in materia di valorizzazione: il farro, il miele e la castagna.

L'attenzione si è concentrata inizialmente sul farro. Questo antico cereale, tipico delle aree montane, veniva commercializzato per lo più da singoli produttori che disponevano di quantità esigue e avevano pertanto un scarso potere contrattuale. Il farro, tuttavia, possedeva tutte le caratteristiche di un prodotto la cui tipicità andava salvaguardata e la cui vendita doveva essere organizzata.

Per quanto riguarda il miele, alcuni studi indicavano che il consumatore tendeva a scegliere il prodotto sulla base delle caratteristiche visive e organolettiche. È apparso evidente che tale prodotto necessitava di un'azione di tipicizzazione.

Per la castagna (prodotto più rilevante in termini quantitativi, con 4 544 Ha di superficie coltivata), il GAL e i produttori hanno concentrato la propria attenzione sul prodotto essiccato (circa metà della produzione totale), in quanto la farina di castagna offriva buone opportunità nel campo dei menù tipici e dei dolci.

Si trattava quindi di tre prodotti con problemi simili: bisogno di tipicizzazione, educazione al consumo e salvaguardia mediante la valorizzazione di un'antica produzione da adattare alle nuove esigenze.

Attuazione

L'azione è stata avviata partendo dalla rivalutazione di un Consorzio locale. In origine, nel "Consorzio Garfagnana Produce" erano presenti soltanto i trasformatori e i commercianti. Ma per organizzare la filiera dei tre prodotti era necessaria anche l'adesione degli agricoltori, ostacolata inizialmente dai commercianti. Grazie ad un'intensa animazione del GAL e alla realizzazione di varie attività promozionali i commercianti hanno infine consentito l'adesione degli agricoltori al consorzio.

Fondi LEADER hanno finanziato la creazione di un impianto di trasformazione delle farine di farro e castagna come azione dimostrativa. La Comunità Montana ha impostato il proprio programma di attuazione dell'Obiettivo 5b in funzione di queste esperienze e nel 1994 ha richiesto l'Indicazione Geografica Tipica per il farro di Garfagnana, riconosciuta ufficialmente dall'Unione europea nel luglio del 1996.

Nel 1995, alla fine di LEADER I, i prodotti della Garfagnana cominciavano ad acquistare una maggiore visibilità sul mercato internazionale. L'idea del GAL era di realizzare degli eventi che consentissero di mettere in luce i prodotti garfagnini sotto un unico "marchio ombrello" in occasione di saloni e fiere. Il GAL si è rivolto all'Istituto per il Commercio con l'Estero che ha fornito la disponibilità gratuita di vari spazi. La prima iniziativa, organizzata a Düsseldorf (Germania), consisteva in un workshop dedicato ai prodotti tipici per un pubblico composto da grossisti e operatori turistici.

Tra 1995-96 sono state realizzate 6 manifestazioni nazionali, 3 internazionali e una locale. Si è cercato inoltre di consolidare l'azione a livello locale. Sono state avviate diverse iniziative mirate ad attrarre i turisti in loco e soprattutto ad ampliare la stagione turistica. Nel 1998 sono 3 le manifestazioni locali, nel 1999 se ne contano 6 locali e 2 internazionali. Per il 2000 sono in programma 6 manifestazioni locali e 2 internazionali.

Al consorzio Garfagnana Produce ne sono seguiti altri due: il Consorzio del Farro della Garfagnana (30 soci) e il Consorzio Castanicoltori creato nel 1998 (29 soci).

Bilancio e fonti di finanziamento

Finanziato essenzialmente nel quadro di LEADER, l'investimento complessivo richiesto dall'azione ammonta a 723 000 EUR, per un contributo privato del 50% (361 500 EUR). LEADER I ha finanziato la promozione nel periodo 1994-1996 (118 800 EUR), mentre LEADER II si è assunto le spese della promozione 1997-2000 articolata come segue: promozione del territorio (206 500 EUR); promozione gastronomica (134 300 EUR); manifestazioni fieristiche (185 900 EUR). I contributi locali sono stati erogati dalle Comunità Montane e dai Comuni.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

L'azione ha avuto un importante effetto di strutturazione sociale, mobilitando tutti i soggetti locali, pubblici e privati. Ha aperto nuove prospettive sia alle amministrazioni locali che l'hanno recepita nei propri strumenti di politica territoriale, sia ai privati che hanno maturato una cultura associativa.

Immagine del territorio

L'immagine della Garfagnana all'estero è migliorata notevolmente. La popolazione locale ha potuto prendere coscienza delle potenzialità del proprio territorio. Si è registrato un incremento soprattutto delle presenze straniere (80% delle presenze totali in agriturismo) ed è stato possibile attrarre nella zona una parte dell'affluenza turistica della Toscana.

Attività e occupazione

Si è registrato un significativo sviluppo dell'attività agrituristica. Le imprese del settore sono passate dalle 12 del 1995 alle 40 del 1999. Stimare la ricaduta occupazionale complessiva dell'azione è veramente difficile. Le iniziative hanno avuto un forte carattere dimostrativo, che ha spinto altri soggetti a investire nella ricettività agrituristica, nella trasformazione e nella commercializzazione dei prodotti tipici.

Competitività e accesso al mercato

Il riconoscimento dell'IGP per il Farro di Garfagnana, la richiesta dell'IGP per la Farina di castagna di Garfagnana e l'avvio del riconoscimento di due nuovi marchi di qualità e d'origine (latte e carne) attestano la diffusione della cultura della qualità nel tessuto imprenditoriale locale. Oggi i prodotti a base di farro, miele e castagne (farine, dolci, liquori) sono presenti anche sui mercati nazionali ed europei, mentre gli altri prodotti (conservas, carni, formaggi, ecc.) stanno acquisendo una rilevanza almeno regionale. I volumi delle produzioni di qualità hanno raggiunto i 1000-1200 quintali/anno per il farro e oltre i 4 000 quintali/anno per la farina di castagna lavorata con tecniche semitradizionali, evidenziando la dimensione economica e competitiva raggiunta da questi prodotti tipici.

GARFAGNANA

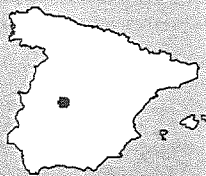
La Garfagnana ("Grande Selva") è una profonda valle di 16 Comuni della Provincia di Lucca, incuneata tra l'Appennino Tosco-Emiliano e le Apuane, caratterizzata da un territorio prevalentemente montagnoso (63% al di sopra dei 600 m di altitudine) con cime che raggiungono quote di 2 000 m. Si tratta di un'area di 534 km² con una popolazione di 31 137 abitanti, per una densità di popolazione di 58 abitanti/km². La tormentata orografia del territorio spiega il secolare isolamento della Garfagnana, nonostante la collocazione geografica contigua ad aree ad elevato sviluppo.

Contattare

Stefano Stranieri
GAL Garfagnana Ambiente e Sviluppo
Via Vittorio Emanuele, 9
I - 55032 Castelnuovo di Garfagnana (LU)
Tel.: +39 0583 644449
Fax: +39 0583 644451
E-mail: gal@cin.it

SIERRA DE BEJAR Y FRANCIA (Castiglia-León, Spagna)

Una raccolta locale di fondi per finanziare un centro di promozione dell'artigianato



L'azione

Quindici anni di perseveranza e un coinvolgimento senza precedenti degli operatori locali hanno permesso di preservare le tradizioni artigianali della Sierra de Bejar y Francia. Ben 85 artigiani, infatti, hanno sostenuto la creazione di ARTESA (una società collettiva a responsabilità limitata) raccogliendo un capitale sociale di oltre 180 000 EUR. ARTESA è innanzi tutto un'iniziativa di formazione basata sulla valorizzazione dell'artigianato che però ha intensificato la sua funzione economica creando un centro per il turismo rurale. Il gruppo LEADER Sierra de Bejar y Francia ha acquistato e ristrutturato un edificio di architettura tradizionale, trasformandolo in un punto di accoglienza che abbina promozione delle attività artigianali e offerta di servizi turistici. I benefici indotti dal turismo sono utilizzati per finanziare le attività di formazione e la promozione dell'artigianato locale.

Elementi chiave

- > Allestimento di un Centro per la Tutela delle Arti e dei Mestieri artigianali con un punto vendita, sale espositive, laboratori nonché servizi di informazione e formazione.
- > Creazione di un centro integrato per il turismo rurale.
- > Combinazione di obiettivi sociali e culturali tali da incrementare l'autonomia economica del territorio.

Il contesto

La zona vanta una tradizione artigianale viva e dinamica, retaggio delle culture moresca, ebraica e cristiana che si sono diffuse nella regione a partire dal XII secolo. Ancora recentemente, le comunicazioni tra la Sierra e il resto della provincia erano problematiche. Questo isolamento, che ha imposto l'autosufficienza, ha contribuito a conservare e a tutelare le conoscenze e le tradizioni artigianali. Nella zona operano più di 60 artigiani, raggruppati in vari laboratori e botteghe, che svolgono la loro attività nel settore della ceramica (terracotta), del cuoio (calzoleria e selleria), del ricamo, del vimini nonché della filigrana, un'attività orafa tipica di Salamanca. Tuttavia, all'inizio degli anni '80, questi mestieri sembravano destinati a scomparire, tanto più che i giovani della regione avevano sovente come unica scelta l'emigrazione, il lavoro stagionale, la disoccupazione o addirittura l'esclusione.

Il punto di partenza

Il progetto è stato avviato nel 1983, epoca in cui uno studente dell'Istituto di Arti e Mestieri che aveva ultimato gli studi a Salamanca, capoluogo della Provincia, decide di trasferirsi a San Esteban, un paesino della Sierra. Nel 1986, insieme ad un gruppo di operatori rurali, egli fonda l'Associazione dell'Agricoltura montana di Salamanca (ASAM), divenuta gruppo di azione locale LEADER I nel 1991. Nel 1986, il gruppo vara una vasta campagna di formazione che tende essenzialmente a infondere di nuovo nei giovani fiducia in se stessi e porta, nel 1988, alla creazione di una "scuola-laboratorio" (Escuela-taller) nel settore dell'artigianato.

Nel 1992, vari soci fondatori dell'ASAM decidono di costituire il gruppo LEADER Sierra de Bejar y Francia ed incentrano il loro intervento sulla creazione di un centro per la tutela dell'artigianato. Il modo migliore per conseguire tale obiettivo è promuovere la creazione di un'associazione di artigiani, al fine di strutturare gli interessi di questo comparto particolarmente frammentato. Dopo un anno di riunioni e interminabili dibattiti viene infine costituita l'associazione, che sarà seguita da altre iniziative analoghe. Ben presto viene creata una "organizzazione di artigiani" alla quale partecipano donne che realizzano ricami e altri manufatti tipici. Le due associazioni uniscono le forze e realizzano un catalogo che illustra l'intera offerta della Sierra. In parallelo, dal 1992 al 1996, vengono organizzate ogni anno fiere campionarie dell'artigianato. La qualità dei prodotti artigianali sorprende positivamente il pubblico, che scopre così le ricchezze culturali della Sierra, sino ad allora sconosciute. Il riconoscimento della qualità del loro lavoro infonde negli artigiani un forte sentimento di orgoglio, consolidando la solidarietà a livello locale.

Il GAL è consapevole che non sarà facile garantire la redditività di un centro dedicato alla promozione e alla tutela delle tradizioni artigianali. Ma avendo già dimostrato la qualità dei prodotti artigianali della Sierra, esso decide di portare avanti le attività di formazione e l'organizzazione del settore, creando un centro aperto al pubblico. Nel 1995, alcuni mesi prima della fine di LEADER I, la situazione appare tutt'altro che rosea perché i risultati di dodici anni di lavoro rischiano di andare in fumo. Ma tale prospettiva non aveva fatto i conti con il carattere particolarmente tenace

dei promotori di progetto: in soli sei mesi, essi capovolgono la situazione e persuadono le associazioni di artigiani a rilanciare il progetto.

Prima del termine degli ultimi versamenti pubblici, essi riescono a creare un'impresa privata, l'ARTESA, coinvolgendo 50 persone che acquistano azioni al prezzo unitario di 750 EUR, apportando un capitale di oltre 90 000 EUR. Nessun azionista possiede più del 10% del capitale azionario. Il progetto viene ridefinito ponendo una maggiore enfasi sulle attività turistiche, in modo da raggiungere con maggiore facilità l'autonomia finanziaria.

Attuazione

ARTESA acquista un immobile in uno dei più bei villaggi della Sierra e lo ristruttura rispettando lo stile architettonico caratteristico della zona. Il centro per il turismo rurale si compone di un ristorante e di nove camere (20 posti letto), di cui sette con bagno. In collaborazione con alcuni professionisti locali vengono proposte molteplici attività all'aperto. Il centro per l'artigianato, denominato "Scuola regionale delle Arti e dei Mestieri", prevede laboratori di tessitura, falegnameria e pittura, nonché una bottega per la lavorazione della ceramica e del cristallo. Un punto di vendita dei prodotti artigianali situato al pianterreno e altri laboratori più piccoli completano la struttura, mentre i primi due piani sono destinati ad esposizioni permanenti.

Il centro propone due tipi di corsi: uno destinato alla popolazione locale, l'altro ai turisti. I corsi per gli abitanti della zona, che prevedono una frequenza di due ore settimanali per tre mesi, si tengono durante il periodo scolastico. I corsi previsti sono incentrati sul ricamo, il restauro di mobili, la ceramica, la pittura e le arti figurative. Il numero massimo di partecipanti per corso è di 15 persone; ognuno versa una quota trimestrale di 72 EUR. Sebbene i corsi siano completi, la quota di partecipazione è appena sufficiente per coprire i costi di esercizio. Il centro propone inoltre stage per turisti. La quota di iscrizione per un corso di una settimana varia dai 150 ai 180 EUR per persona, ai quali si aggiungono le spese di pernottamento. Tuttavia, per essere redditizio, ogni corso deve essere composto da almeno otto partecipanti.

Gli artigiani lasciano in deposito i loro prodotti presso il punto di vendita. Un margine di circa il 35% consente di coprire le spese di esercizio del negozio.

Sierra de Bejar y Francia

La Sierra de Bejar y Francia è una destinazione molto apprezzata per la pratica dell'alpinismo e dell'escursionismo grazie ai suoi magnifici paesaggi con vette che possono raggiungere anche i 2400 metri di altitudine. La regione vanta numerosi paesi e villaggi, come ad esempio Alberca e Cardelario, considerati dei veri e propri gioielli dell'architettura tradizionale. Situati in prossimità di Salamanca e a sole tre ore da Madrid, questi paesi richiamano nella zona una forte affluenza turistica. La popolazione è composta da 44 600 abitanti e circa il 40% della forza lavoro è occupato nel settore dell'agricoltura. Il tasso di disoccupazione si attesta su valori prossimi al 20%. L'andamento demografico non presenta variazioni degne di nota e la popolazione tende ad invecchiare.

Tuttavia, col passare del tempo è stato necessario sospendere temporaneamente le azioni volte a migliorare la produzione e la commercializzazione, al fine di concentrare gli sforzi in modo da rendere redditizio il centro per il turismo rurale. Attualmente questa strategia si sta rivelando vincente. Le entrate indotte dal turismo coprono i due terzi dei costi e rappresentano praticamente l'intero valore aggiunto del progetto.

Bilancio e fonti di finanziamento

L'investimento iniziale ammontava a 300 500 EUR, ma i costi per l'acquisto, la ristrutturazione e l'allestimento del centro hanno richiesto una spesa complessiva di 565 000 EUR. Gli 85 azionisti hanno permesso di costituire un capitale di 182 000 EUR, ossia il 32% del bilancio totale. Il capitale iniziale, pari a 90 000 EUR, è stato raccolto dai primi 50 azionisti. LEADER ha stanziato una sovvenzione di 144 000 EUR (26% del totale), alla quale si sono aggiunti altri finanziamenti (90 000 EUR, ossia il 15%) della Giunta regionale e di altri programmi.

Con un fatturato annuo di 222 000 EUR, il centro ha raggiunto l'equilibrio finanziario, generando addirittura un ridotto margine di beneficio di 12 000 EUR l'anno. Le attività turistiche costituiscono una quota importante di tali entrate (circa 144 000 EUR). Sebbene le entrate del ristorante siano appena sufficienti a coprire le spese di gestione (72 000 EUR), i pernottamenti garantiscono un margine di profitto di 36 000 EUR.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

I fatti parlano da soli. Il progetto si fonda su un capitale sociale di 182 000 EUR costituito dagli artigiani, i quali si sentono direttamente coinvolti nel futuro di questa impresa collettiva.

Attività e occupazione

ARTESA ha creato sette impieghi a tempo pieno e un lavoro a tempo parziale. Dal successo dell'impresa dipende la sostenibilità economica di una trentina di laboratori che occupano all'incirca 45 persone.

Identità e immagine del territorio

ARTESA ha contribuito a consolidare il sentimento di autostima degli artigiani locali e ha modificato la percezione della cultura locale, sia all'interno della zona sia all'esterno del territorio.

Contattare

José Ángel Póveda
ARTESA
Calle Mayor 57
E-37710 Candelario (Salamanca)
Tel.: +34 923 413111

LA VALLE DEL PILLERSEE (Tirolo, Austria)

"Regio Tech": attività intercomunali al servizio delle imprese



L'azione

La cooperazione tra il gruppo di azione locale LEADER, quattro comuni del territorio, l'amministrazione del Land e numerosi investitori privati ha portato alla realizzazione di una zona industriale. L'obiettivo consiste nel favorire l'insediamento e/o la creazione di piccole e medie imprese mettendo a loro disposizione i terreni e tutti i servizi di sostegno necessari. La zona industriale "Regio Tech" garantisce inoltre agli agricoltori una struttura (punto di vendita) ed assistenza tecnica (formazione, marketing). La partnership pubblico-privata instaurata nella zona, particolarmente innovativa anche a livello nazionale, ha svolto un ruolo determinante per la riuscita dell'operazione.

Elementi chiave

- > Partnership pubblico-privata per la creazione di una società mista al servizio delle imprese e dello sviluppo locale dell'intero territorio.
- > Riconversione industriale mediante la creazione di imprese e l'allestimento di un centro di servizi.
- > Delega della gestione del patrimonio fondiario al livello locale.
- > Assistenza plurisetoriale (PMI, agricoltura, turismo) che permette una proficua integrazione tra i diversi settori di attività.

Il contesto

La valle del lago Pillersee, una zona industriale in piena fase di riconversione, era alla ricerca di nuove possibilità di sviluppo. Le industrie locali (metallurgia e materiali da costruzione refrattari), controllate dalle multinazionali, attraversavano una fase di profonda crisi e riducevano notevolmente le loro attività (l'organico della più grande società della vallata è passato da 400 a 60 dipendenti). Era pertanto necessario controbilanciare la perdita di occupazione sostenendo l'insediamento e la creazione di PMI mediante la riconversione dei terreni e degli stabilimenti industriali. Quest'azione richiedeva nuove forme di partnership tra il settore pubblico e quello privato, alle quali né le istituzioni regionali né gli operatori locali erano preparati.

Il punto di partenza

L'avvio del programma LEADER II nel 1996 ha reso possibile l'attuazione di questo tipo di partnership, inedito nel contesto austriaco. Tutto ebbe inizio con la vendita dei terreni dello stabilimento di Hochfilzen al "Fondo di sviluppo del demanio comunale e pubblico", l'ente del Land del Tirolo incaricato di favorire lo sviluppo dell'edilizia abitativa. Grazie alla mediazione del responsabile del gruppo di azione locale (GAL), un ex funzionario comunale della città di Wörgl (situata nel vicino distretto), si fa strada l'idea di utilizzare questi terreni per attirare le PMI. L'azione è finalizzata alla creazione di una zona industriale intercomunale nella quale è inoltre previsto un centro di servizi agli agricoltori.

L'ubicazione di questi terreni sembra essere particolarmente idonea al progetto. In effetti, essi si trovano in prossimità

delle principali arterie autostradali internazionali e godono di un accesso diretto alla rete ferroviaria che attraversa l'Austria da est ad ovest, oltre ad essere situati nei pressi dell'asse nord-sud che collega l'Italia settentrionale alla Baviera. Tuttavia, la riuscita dell'operazione presuppone il coinvolgimento diretto dei 4 comuni interessati, nonché di un certo numero di investitori privati.

Il GAL crea così una "Società di sviluppo della valle del Pillersee", sotto forma di società mista, denominata "Regio Tech". Sono invitati a farne parte i Comuni (51% del capitale) e vari azionisti privati (49%). Lo stesso responsabile del GAL ne diviene azionista, dimostrando così il proprio coinvolgimento personale nell'operazione; ciò consente di instaurare con gli altri partner un rapporto di fiducia che si rivelerà in futuro determinante per il buon esito dell'operazione.

La costituzione di questa società mista è stata particolarmente problematica, in quanto il Land del Tirolo non autorizzava più la partecipazione dei Comuni nelle imprese private in seguito a precedenti esperienze fallimentari verificatesi nel settore del turismo. È stata quindi necessaria un'autorizzazione speciale del parlamento tirolese, ottenuta soprattutto grazie al solido rapporto di fiducia che legava il responsabile del GAL ai funzionari regionali.

Attuazione

Dopo alcune trattative con i responsabili del Fondo, Regio Tech è stata infine incaricata della gestione dei terreni (63 000 m²). Questi ultimi rimangono di proprietà del Land sino al loro eventuale acquisto da parte delle imprese che vi

si sono insediate. Il prezzo di vendita è stato fissato a 27 ECU/m² ed ogni azienda può acquistare superfici comprese tra 1 000 e 3 500 m².

Per attirare le PMI e agevolare l'insediamento, la società Regio Tech acquista un fabbricato vuoto nelle vicinanze, in modo che la zona industriale possa offrire alle imprese tutti i servizi di sostegno necessari. L'edificio (900 m²) viene ristrutturato e diventa operativo nel maggio del 1998.

La zona industriale della valle del Pillersee comprende:

- > un centro di assistenza per le PMI che offre tutti i servizi di base (fotocopie, fax, ecc.), nonché un telecentro collegato ad Internet ed al server centrale dei quattro Comuni interessati;
- > un centro di formazione con sale per riunioni nonché attrezzature per l'organizzazione di seminari e videoconferenze;
- > un punto vendita destinato agli agricoltori, che offre inoltre la possibilità di organizzare pranzi e degustazioni. Presso questa struttura sono esposti e commercializzati anche prodotti provenienti da altre zone LEADER.

Bilancio e fonti di finanziamento

L'acquisto del fabbricato, le opere di ristrutturazione e l'attrezzatura degli uffici hanno richiesto una spesa di 215 827 ECU, di cui 100 000 ECU finanziati da LEADER (FESR: 50%; Land: 50%).

Per l'allestimento del telecentro (gestito dal GAL) sono stati necessari 122 302 ECU, di cui il 70% a carico del FEAOG. Le attività per la promozione della zona industriale hanno richiesto un importo di 50 360 ECU, interamente finanziato dal Land.

Elementi innovativi per il territorio

Attività e occupazione

Lo sviluppo di nuove attività e la creazione di nuovi posti di lavoro rappresentano il principale obiettivo dell'operazione. I primi effetti dell'azione sono già visibili poiché nell'arco di un solo anno (1998) si sono già insediate nella zona tre imprese (due nel settore della logistica e delle spedizioni ed una nel settore del legname) che hanno creato complessivamente 20 nuovi impieghi. Altre due imprese sono attualmente in trattativa per definire le modalità di insediamento. L'allestimento del centro di formazione, che ha permesso di creare vari posti di lavoro a tempo parziale, svolge inoltre

una funzione importante nello sviluppo delle piccole aziende turistiche locali a conduzione familiare, alle quali vengono forniti servizi telematici, programmi di formazione, ecc. La zona industriale consente un'articolazione più efficace delle potenzialità locali, integrando in un unico complesso agricoltura, turismo e PMI.

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Regio Tech è una società mista che promuove la partecipazione attiva del proprio azionariato ad un'ampia partnership di operatori pubblici e privati impegnati in azioni di sviluppo locale. Essa introduce prassi innovative a vari livelli, un elemento impensabile in precedenza. Creando nuove prospettive di sviluppo territoriale, la società funge oggi da modello per nuove relazioni istituzionali e sociali sull'intero territorio austriaco: i compiti ad essa affidati, ossia lo sviluppo fondiario e le attività promozionali, erano in passato una prerogativa delle autorità del Land. La gestione dei fondi e delle risorse dei 4 Comuni interessati dall'azione è garantita da un unico ente, a vantaggio dell'intera zona.

LA VALLE DEL PILLERSEE

Situata nella parte orientale del Tirolo, la valle del lago Pillersee (altitudine compresa tra i 790 ed i 2 000 m) occupa una posizione strategica fondamentale: si tratta infatti del luogo di passaggio più agevole tra la zona orientale e la parte occidentale dell'Austria, soprattutto dal 1875, anno in cui fu completata la linea ferroviaria Vienna-Innsbruck. Negli anni '50, numerose industrie (soprattutto metallurgiche) si insediarono nella valle. Recentemente è stato allestito nella zona un campo per esercitazioni militari che ha creato circa 120 posti di lavoro. Il settore secondario è attualmente in crisi, ma il territorio possiede nuovi punti di forza, soprattutto nel campo del turismo: la regione attira infatti numerosi appassionati degli sport di montagna sia d'estate, sia d'inverno.

Contattare

Daniel Wibmer
LEADER Verein Region Pillersee
Postfach 6
A-6393 Sankt Ulrich am Pillersee
Tel.: +43 664 226 1343
Fax: +43 533 276 282
E-mail: wibmer@regio-tech.at
Web: www.regio-tech.at

BRETAGNA CENTRO-OCCIDENTALE (Bretagna, Francia)

Un sostegno finanziario alla creazione di imprese: GALCOB Initiative



L'azione

Creata nel 1993 dal gruppo LEADER Bretagna Centro-Occidentale, l'associazione GALCOB Initiative eroga prestiti finalizzati all'attuazione di progetti locali a condizioni particolarmente vantaggiose. Si tratta di prestiti sull'onore, senza garanzie e senza interessi, per un importo compreso fra 3 000 e 15 000 EUR circa, rimborsabili in 5 anni mediante rateizzazione trimestrale differita di un anno. Tali condizioni sono possibili soltanto grazie al forte coinvolgimento degli enti pubblici che intervengono a fianco delle persone e delle istituzioni private e grazie ad un sistema di sponsorizzazione che garantisce il "follow-up" dell'operazione presso i beneficiari. Tali iniziative sono state ampiamente favorite dall'esistenza, a livello nazionale, di un quadro istituzionale adeguato a questo tipo di iniziative.

Elementi chiave

- > Erogazione di prestiti a condizioni particolarmente vantaggiose a favore di aziende locali in fase di avvio.
- > Sponsorizzazione fornita alle aziende beneficiarie da parte di esperti.
- > Utilizzo di un quadro istituzionale e giuridico/legale nazionale per dare avvio ad una struttura locale rispondente ai bisogni del territorio interessato: mobilitazione, attraverso questi canali, di stanziamenti di maggiore entità provenienti da fondi pubblici e privati.

Il contesto

Molti territori rurali sono colpiti da un forte calo occupazionale e da un deficit cronico in termini di creazione di nuove aziende, che sfociano in fenomeni di esodo rurale accelerato, in particolare fra i giovani. La regione centro-occidentale della Bretagna è emblematica da questo punto di vista: fra il 1982 e il 1990 l'occupazione è diminuita del 19%, con un picco del 38% nel comparto agricolo, che rimane, pur tuttavia, il settore portante dell'economia locale. Inoltre, la percentuale relativa alla creazione di nuove imprese è inferiore di 5 punti al tasso medio osservato sull'insieme della Bretagna. Per di più, si registra un forte tasso di mortalità delle aziende costituite ex-novo, nei due anni successivi alla loro creazione, a causa soprattutto della scarsa disponibilità di capitali propri dei nuovi imprenditori.

Il punto di partenza

Di fronte a tale situazione, l'avvio del programma LEADER, nel 1991, ha rappresentato per numerosi operatori della zona un'occasione per affrontare collettivamente il problema degli aiuti finanziari alla creazione di imprese, allo scopo di ridurre il tasso di insuccessi. In seno al GAL si è costituita una commissione "Sviluppo economico" formata da operatori economici, tecnici delle camere di commercio, industria e artigianato, amministratori pubblici e rappresentanti di istituzioni finanziarie locali. Sono state ipotizzate varie soluzioni miranti ad integrare gli apporti di capitale proprio dei futuri imprenditori, fra cui il ricorso alle società di "capital risk". Tuttavia, date le caratteristiche delle aziende locali - per la maggior parte imprese individuali - questa soluzione è parsa poco adeguata.

Pertanto, l'attenzione si è rivolta ad una soluzione già adottata in altre regioni, che sfrutta l'esistenza di una legislazione specifica nazionale: le "Piattaforme di iniziativa locale" (PFIL). Varate nel 1984 sotto l'egida del Ministero francese dell'Industria e miranti a favori-

re la creazione di imprese, le suddette "piattaforme" non sono altro che associazioni, costituite a livello locale, con il compito di accompagnare i promotori di nuovi progetti attraverso formule di "sponsoring". Esse poggiano sull'impegno personale degli operatori pubblici e privati, preoccupati di garantire lo sviluppo economico locale. Queste piattaforme, una cinquantina all'epoca, fanno capo alla federazione FIR (France Initiative Réseau) che le guida operativamente, fornisce loro un'assistenza tecnica, sollecita le grandi aziende e le istituzioni finanziarie per ottenere da loro un sostegno alle nuove iniziative.

Il gruppo LEADER Bretagna Centro-occidentale ha quindi deciso di creare una struttura di questo tipo, direttamente collegata al GAL. Questa ha preso il nome di "GALCOB Initiative" e inizialmente ha riunito, oltre al GAL e alle camere di commercio, industria e artigianato, due banche (la Caisse Régionale du Crédit Agricole e il Crédit Mutuel), alcuni amministratori pubblici e dirigenti aziendali o imprenditori. Lo statuto dell'associazione è stato depositato nel 1993 e ha usufruito del supporto tecnico della Federazione France Initiative Réseau durante le fasi costitutive.

Attuazione

Il GAL e l'associazione GALCOB Initiative hanno siglato un protocollo di accordo che garantisce a quest'ultima tutte le condizioni necessarie al suo funzionamento (copertura dei costi, disponibilità di personale a spese del GAL).

Collateralmente, è stato creato un fondo di 200 000 EUR costituito da risorse pubbliche ottenute dai tre Consigli generali dei dipartimenti interessati (Finistère, Morbihan e Côtes d'Armor) e dall'Unione europea (partecipazione di LEADER e FESR). Questo pacchetto è stato integrato da risorse private, provenienti da aziende locali, da due banche regionali coinvolte nel progetto e da un gruppo assicurativo.

Ogni promotore di progetto potenziale passa inizialmente attraverso una fase di accompagnamento tecnico, a cura della rete di animatori economici e delle camere di commercio, industria e artigianato, coinvolto come partner nel progetto. Questa fase consente di valutare e sanare la fattibilità del progetto in base alle caratteristiche del promotore e di definire il pacchetto di strumenti (investimenti, fabbisogno di capitale circolante, ecc.) necessario al funzionamento dell'impresa durante i primi 3 anni di attività. Su tali basi, il promotore del progetto redige un bilancio preventivo, corredato da un piano di finanziamento recante l'indicazione precisa dell'ammontare del prestito richiesto, il quale viene inoltrato a GALCOB Initiative.

Successivamente, il futuro imprenditore è chiamato a presentare il proprio progetto ad un comitato di accreditamento, costituito da imprenditori, commercialisti, consulenti finanziari e tecnici delle camere di commercio.

Dopo aver ascoltato il promotore, il comitato emette un parere sull'ammissibilità del progetto e propone una cifra per il prestito sull'onore. Inoltre raccomanda eventuali azioni di accompagnamento e suggerisce uno sponsor in base alle caratteristiche del progetto. Dopo aver preso conoscenza del parere emesso dal comitato di accreditamento, il consiglio di amministrazione di GALCOB Initiative stabilisce l'ammontare del prestito e nomina lo sponsor dell'imprenditore.

Con questa procedura, fra il 1993 e il 1995 l'associazione ha esaminato 29 pratiche e concesso 20 prestiti, utilizzando tutto il pacchetto di fondi disponibili. Nel 1995, essendo venute a mancare le risorse, GALCOB Initiative non era più in grado di sostenere finanziariamente nuovi progetti. Si rendeva pertanto necessario il reperimento di nuovi strumenti finanziari, in attesa del rimborso dei primi prestiti concessi. A tal fine, lo statuto del PFIL si è rivelato particolarmente utile, in quanto ha permesso di beneficiare della convenzione siglata a livello nazionale sotto la spinta della federazione France Initiative Réseau e di fornire un nuovo quadro normativo all'utilizzo del denaro pubblico (il 60% di fondi pubblici a fronte del 40% di fondi privati).

Ai sensi della suddetta convenzione, si sono rese disponibili nuove risorse finanziarie provenienti da partner privati (che sono stati invitati ad impegnarsi per il 40% del fabbisogno finanziario) e pubblici (maggiormente disposti ad intervenire nell'ambito di una convenzione nazionale). Questi nuovi fondi hanno consentito all'associazione di prendere in esame 32 nuove richieste di finanziamento fra il 1997 e il 1998, concedendo 28 prestiti per un ammontare complessivo di oltre 200 000 EUR. Si prevede che entro la fine del 1999 le somme mobilitate supereranno i 500 000 EUR, a fronte di 15 - 20 progetti sostenuti annualmente.

LA BRETAGNA CENTRO-OCCIDENTALE

La zona LEADER Bretagna Centro-occidentale (3 333 km²; 110 000 ab.) si estende su 3 dei 4 dipartimenti bretoni e riunisce le province più remote della regione. Si tratta di un territorio di media montagna granitica, con terreni acidi e poveri, colpito da una pesante crisi negli ultimi trent'anni. Infatti, con l'unica eccezione del comparto agroalimentare, tutti gli altri settori sono in declino in termini di occupazione. L'agricoltura rimane il settore più importante e assorbe il 30% della popolazione attiva.

Bilancio e fonti di finanziamento

LEADER I ha investito 91 600 EUR nella fase di avvio della struttura. La stessa somma è stata erogata da LEADER II nel corso della seconda fase di intervento finanziario. In entrambi i casi la partecipazione del programma LEADER ha facilitato notevolmente l'erogazione degli altri fondi pubblici e privati.

Inoltre l'ammontare dei costi operativi e di personale a carico di LEADER è stato valutato intorno a 10 000 EUR all'anno durante la prima fase, e ha raggiunto attualmente la somma di circa 15 000 EUR (1999).

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Il progetto GALCOB Initiative ha avuto un effetto leva sulla mobilitazione collettiva degli operatori locali, pubblici e privati, i quali hanno messo a disposizione mezzi finanziari o competenze tecniche fornite sotto forma di "sponsoring". L'esistenza di un quadro legislativo nazionale ha consentito di diffondere l'iniziativa, grazie in particolare alla fiducia che quest'ultimo ispira presso gli operatori stessi. Va segnalato, inoltre che nel 1996 l'adozione, a livello nazionale, di una carta della qualità - a cui sono invitate ad aderire le piattaforme di iniziativa locale - ha contribuito a rafforzare questa fiducia; la suddetta carta è stata sottoscritta da GALCOB Initiative dal momento della sua creazione.

Attività e occupazione

Le aziende interessate operano in tutti i settori: commercio, artigianato, trasporti, produzione, ecc. Le 20 imprese che hanno beneficiato degli aiuti fra il 1993 e il 1995 prevedevano la creazione di 65 posti di lavoro a fronte di un investimento complessivo di oltre 3 milioni di EUR. Dopo quattro anni dalla loro nascita, 16 imprese sono ancora attive, il che equivale ad un tasso di successo dell'80%, mentre la stessa percentuale media in Francia è del 50% al termine di due anni. Per quanto riguarda le imprese che hanno usufruito degli aiuti finanziari dal 1997 in avanti, è ancora prematuro trarre conclusioni.

Immagine del territorio

Dato l'alto numero di persone e di istituzioni coinvolte e considerata l'immagine positiva diffusa dall'iniziativa, l'azione ha contribuito fortemente a modificare la percezione del territorio da parte degli operatori locali, malgrado l'impatto ancora limitato rispetto al numero di promotori di progetti potenziali presenti sul territorio. Mentre soltanto sei anni prima era opinione diffusa che il territorio non avesse alcun futuro, oggi il clima è mutato e i giovani iniziano a pensare alla possibilità di rimanere sul posto.

Contattare

Monique Le Clezio
GALCOB
14 rue Rosa Le Hénaff
F-22110 Rostrenen
Tel: +33 2 96 29 26 53
Fax: +33 2 96 29 09 78
E-Mail: glemeur@aol.com

ARGYLL & THE ISLANDS (Scozia, Regno Unito)

Il fondo per i progetti locali: dar voce alle collettività



L'azione

Il gruppo LEADER Argyll & the Islands, che interviene nella parte nordoccidentale della Scozia, ha ideato e attuato un programma di finanziamento per favorire lo sviluppo di progetti locali. Il programma prevede un innovativo sistema decentrato per l'erogazione delle sovvenzioni. Una rete di 13 gruppi di lavoro locali è incaricata di promuovere ed amministrare il fondo all'interno delle rispettive comunità di intervento. Il Fondo per lo sviluppo dei progetti, istituito per ampliare le strutture locali, ha nettamente superato il suo obiettivo iniziale, favorendo una maggiore interazione tra i gruppi tematici e il resto della collettività e contribuendo a sostenere le attività proposte da questi ultimi.

Elementi chiave

- > Introduzione di un sistema decentrato per l'erogazione dei fondi che ha promosso lo spirito imprenditoriale, agevolando inoltre le procedure per la presentazione delle candidature.
- > Potenziamento delle capacità locali mediante l'erogazione di finanziamenti decisi dalla base.
- > Monitoraggio e revisione costanti delle procedure operative per garantire a tutti un facile accesso e utilizzo del fondo.

Il contesto

Molte aree della zona Argyll & the Islands sono isolate e di difficile accesso. Per tale ragione, Argyll & the Islands Enterprise (AIE), il gruppo di azione locale LEADER (GAL), ha deciso nel 1994 di istituire una rete di 13 gruppi di lavoro locali al fine di erogare servizi di sviluppo adeguati alle esigenze delle singole aree. Ogni gruppo, responsabile di una specifica zona geografica, è composto da rappresentanti del settore pubblico e privato della collettività locale. Costituiti inizialmente come semplici organi consultivi, questi gruppi sono stati progressivamente incaricati di svolgere nuove funzioni con l'avvio di un programma di finanziamento per microprogetti gestito a livello locale.

Il punto di partenza

Una volta costituita la rete dei gruppi di lavoro, il GAL ha varato il Fondo per il finanziamento dei progetti locali (LPF), un programma pilota finanziato da LEADER I per erogare sovvenzioni alle associazioni locali in modo che queste potessero ideare e realizzare progetti di sviluppo socio-economico proposti dalla popolazione. Il GAL ha definito il quadro di intervento (criteri di ammissibilità, importo delle sovvenzioni, sistemi e procedure di assistenza) ma i gruppi di lavoro, in quanto rappresentanti delle collettività disperse sul territorio, sono incaricati di promuovere e amministrare i finanziamenti. Sebbene il progetto non abbia definito obiettivi specifici, la sua ragion d'essere corrisponde perfettamente agli obiettivi decisi a livello regionale: rafforzare le collettività e potenziare le reti presenti nel territorio. Considerati i positivi risultati ottenuti durante la fase pilota, il programma è stato rinnovato nell'ambito di LEADER II, sebbene con talune modifiche alle modalità operative.

Attuazione

Ogni gruppo di lavoro riceve un importo calcolato proporzionalmente in base alle dimensioni, alla popolazione e alle priorità definite dal GAL. Il bilancio annuale per le mansioni amministrative ammonta a 1400 EUR.

Per promuovere il programma vengono utilizzati vari canali. I gruppi di lavoro che partecipano alla rete propongono attività quali l'organizzazione di incontri e dibattiti, contatti diretti con le associazioni locali, la realizzazione di opuscoli e manifesti, la pubblicità dei progetti sovvenzionati attraverso gli organi di comunicazione locali e, soprattutto, il "passaparola". Molte di queste attività sono possibili proprio perché il programma è decentrato a livello locale. Da parte sua, il GAL pubblica il programma nella stampa locale. Sebbene i gruppi di lavoro reputino queste misure pubblicitarie insufficienti in quanto eccessivamente "formali", un'inchiesta ha indicato che quattro associazioni locali su dieci sono state informate dell'esistenza del programma proprio da questi canali.

I gruppi di lavoro, in quanto promotori e amministratori del fondo, non sono autorizzati ad approvare ufficialmente i progetti; questo compito spetta unicamente al GAL. I gruppi di lavoro, tuttavia, trattano tutte le candidature ricevute e formulano raccomandazioni all'attenzione del GAL. Sino ad oggi, queste raccomandazioni sono state seguite nella quasi totalità dei casi. Per evitare un esito negativo delle candidature, i gruppi di lavoro informano chiaramente i promotori di progetto in merito ai criteri di ammissibilità. La partecipazione al programma è riservata alle organizzazioni e ai gruppi locali ufficialmente costituiti nonché ai progetti che prevedono:

- > la costituzione di nuove associazioni locali;
- > l'introduzione di nuove attività nei gruppi esistenti;
- > nuove strutture a livello locale;
- > la promozione dello sviluppo culturale (nuove guide ed eventi culturali).

Il finanziamento massimo per qualsiasi tipo di progetto è fissato a 1 500 EUR. Per le azioni che prevedono la creazione di nuove associazioni locali, l'assistenza finanziaria può coprire sino al 100% dei costi, mentre per le nuove attività è previsto un massimale del 70%.

Nei primi due anni di attività, il programma ha conseguito gli obiettivi prefissati per quanto riguarda il numero di progetti finanziati (con un'approssimazione del 2%). Le sovvenzioni assegnate, tuttavia, rappresentano l'84% del bilancio per entrambi gli anni. Il cofinanziamento ha superato nettamente l'obiettivo fissato per il primo anno, ma non per il secondo. Il rendimento finanziario è stato sostanzialmente diverso in funzione dei gruppi di lavoro, alcuni dei quali non sono riusciti a spendere nemmeno la metà dei fondi a disposizione, mentre altri hanno ricevuto una domanda superiore al budget disponibile.

All'inizio del 1998 il GAL ha incaricato un consulente di valutare i primi due anni di attività della seconda fase del programma. La relazione del consulente, basata su un questionario inviato per posta alle associazioni locali (tasso di risposta del 70%) e sulle discussioni con i gruppi di lavoro, ha indicato quanto segue:

- > per ogni associazione sono stati finanziati in media 1,1 progetti. Ciò significa che pochissimi gruppi locali hanno presentato diversi progetti e che gli aiuti dei gruppi di lavoro sono stati ripartiti tra numerose associazioni locali;
- > le associazioni sportive hanno presentato il maggior numero di progetti (30%), seguite dai gruppi di interesse generale (24%) e dalle associazioni artistiche e culturali (23% ciascuna);
- > i progetti riguardavano complessivamente sei ambiti, il principale dei quali è rappresentato dall'acquisto di nuove attrezzature e materiali, seguito dai progetti volti a promuovere attività specifiche (creazione di servizi per l'infanzia), dalle manifestazioni e dalla formazione;
- > il programma ha permesso di raggiungere obiettivi che non sarebbero stati altrimenti possibili: senza l'aiuto del fondo il 59% dei progetti presentati dalle associazioni locali non sarebbero stati realizzati e il 18% sarebbe stato posticipato;

- > l'interesse della collettività verso i gruppi locali e le relative attività è aumentato nell'80% dei casi; il 42% delle associazioni esistenti ha fatto registrare un aumento dei soci e sono stati creati 12 nuovi organismi;
- > i progetti sovvenzionati hanno contribuito a sostenere le attività delle associazioni locali (il 95% di questi ultimi ha ricevuto un finanziamento);
- > i fondi stanziati hanno inoltre contribuito all'operato di alcuni gruppi di lavoro, soprattutto quelli situati in zone scarsamente popolate;
- > i gruppi di lavoro si dichiarano soddisfatti del loro rapporto con il GAL e dell'assistenza ricevuta per la gestione del fondo. Analogamente, la maggior parte delle associazioni locali ha apprezzato il ruolo svolto dai gruppi di lavoro.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il fondo dispone di un bilancio annuo di 170 000 EUR, finanziato dall'iniziativa LEADER. Gli obiettivi in materia di cofinanziamento erano pari a 170 000 EUR per il primo anno e a 200 000 EUR per il secondo, per un bilancio complessivo di 710 000 EUR per il primo biennio. Il costo totale del progetto ammonta a 623 000 EUR. Il cofinanziamento è stato ripartito tra autorità pubbliche e settore privato (lotterie, fonti locali, ecc.).

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Il programma ha permesso alle associazioni locali di acquisire nuove conoscenze per l'organizzazione e la gestione dei progetti. I gruppi di lavoro della rete hanno sviluppato un'ampia gamma di competenze in materia di sviluppo locale (procedure, definizione delle priorità, valutazione, ecc.). Questa esperienza ha permesso loro di capire il ruolo che possono svolgere a favore dello sviluppo locale, ampliando la loro funzione originale di organo consultivo. Per quanto riguarda Argyll & the Islands Enterprise, l'équipe è oggi più consapevole dei bisogni locali del territorio.

Attività e occupazione

Il fondo ha permesso di creare e tutelare vari posti di lavoro. Nove persone sono state assunte dai gruppi di lavoro per le mansioni amministrative quotidiane e quattro impieghi sono stati preservati. Inoltre, nel quadro dei progetti locali sono stati creati 21 lavori a tempo parziale.

ARGYLL & THE ISLANDS

La zona LEADER Argyll & the Islands è una regione montuosa delle Highlands scozzesi costituita da numerose penisole e da 26 isolotti disabitati. Complessivamente il territorio si estende su una superficie di 7 156 km² e conta una popolazione di circa 78 000 abitanti. Dopo decenni di emigrazione, negli ultimi anni si è registrato un leggero aumento della popolazione. Il turismo è la principale attività economica, anche se il settore alimentare e le nuove tecnologie dell'informazione sono in fase di espansione.

Contattare

David Haworth
Argyll and the Islands LEADER II Programme
The Enterprise Centre, Kilmory Industrial Estate
Lochgilthead
UK-Argyll PA31 8RT
Tel.: +44 1546 602281
Fax: +44 1546 603964

ANGLONA-MONTE ACUTO (Sardegna, Italia)

"LEADERFIDI": fondo di garanzia e prestiti sull'onore per le PMI



L'azione

Il fondo di garanzia cooperativo "LEADER FIDI" è stato creato per favorire la creazione e lo sviluppo delle piccole imprese locali, facilitando loro l'accesso al credito in un contesto regionale caratterizzato da un alto costo del denaro e dalla scarsa solvibilità delle aziende debentrici. Questo strumento è stato integrato da un sistema di prestiti sull'onore. Si tratta, inoltre, di sostenere finanziariamente alcune iniziative oltre il 2001 (scadenza del progetto LEADER II) in un'ottica di sviluppo rurale sostenibile.

Elementi chiave

- > Creazione di un fondo di garanzia collettiva, mirante a coprire il 50% delle garanzie sui crediti richiesti dagli imprenditori locali, e di un "fondo interessi" per la concessione di prestiti sull'onore.
- > Adesione al progetto di oltre 100 soci (enti locali, camere dell'artigianato e operatori privati) nel 1999; tuttavia continuano a pervenire nuove domande di adesione.
- > Costituzione di un comitato tecnico composto da 3 membri nominati dalla cooperativa LEADERFIDI, dal GAL Anglona-Monte Acuto e dalla Banca di Sardegna (l'istituto finanziario che partecipa al progetto) per decidere in merito alla concessione o meno del finanziamento.

Il contesto

Una delle grosse difficoltà per gli imprenditori è rappresentata dal sistema bancario sardo, il quale possiede caratteristiche da monopolio: il 70% del risparmio è infatti gestito da un unico gruppo finanziario, la Banca di Sardegna. D'altro canto, gli istituti finanziari presenti sull'isola applicano solitamente tassi di interesse sui prestiti del 2% superiori e tassi di remunerazione del risparmio dello 0,5% inferiori a quelli praticati sul continente, richiedendo peraltro garanzie che molti imprenditori - la maggior parte giovani - non sono in grado di fornire. Per giustificare questa pratica, che anche gli istituti di credito continentali adottano non appena si insediano sull'isola, le banche adducono gli alti livelli di rischio connessi agli investimenti realizzati in Sardegna, il che non fa altro che rafforzare il regime esistente.

Il punto di partenza

Il gruppo LEADER decise di affrontare il problema indicendo, nel novembre del 1996, un bando aperto alle società specializzate nel settore, al fine di realizzare uno studio di fattibilità riguardante la creazione e il funzionamento di un fondo di garanzia e la messa a punto di uno strumento costituito da prestiti sull'onore accessibili alle piccole imprese. Al GAL pervengono complessivamente cinque dichiarazioni di interesse, ma soltanto due offerte vere e proprie. Lo studio di consulenza selezionato avviò un intenso lavoro di animazione che comporta, fra l'altro, l'organizzazione di incontri nei 25 comuni della zona LEADER, con l'obiettivo di creare una cooperativa finanziaria cui affidare la gestione dei fondi. Tutte le amministrazioni locali aderiscono al progetto e diventano membri fondatori, fornendo un contributo propor-

zionale alla popolazione del rispettivo comune (1 euro circa per abitante). Altre strutture pubbliche partecipano alla creazione del fondo, come la Camera di Commercio di Sassari, che conferisce 15 000 euro circa nel progetto.

Attuazione

Nell'agosto del 1998 viene ufficialmente costituita la cooperativa a responsabilità limitata "LEADERFIDI". Ne fanno parte 29 soci fondatori, pubblici e privati, tutti localizzati nelle aree rurali della zona Anglona-Monte Acuto.

Nel dicembre 1998, LEADERFIDI ha già 40 soci. Infatti il lungo processo di concertazione avviato dal GAL ha consentito di ottenere l'adesione degli enti pubblici locali, delle banche, delle compagnie di assicurazione e di numerosi imprenditori del posto. La partecipazione è aperta a qualsiasi persona o organizzazione interessata, dietro versamento di una quota iniziale di 50 euro. Nel primo trimestre 1999, al momento dell'iscrizione della cooperativa nelle liste ufficiali degli intermediari finanziari, la cooperativa LEADERFIDI contava circa 100 soci. Questo consentiva alla stessa di adempiere alle norme previste dall'UIC, l'ufficio italiano di controllo delle istituzioni finanziarie.

Il 13 maggio 1999 la Banca di Sardegna e la cooperativa LEADERFIDI siglano una convenzione che dà vita ad un fondo di garanzia collettivo destinato a coprire il 50% dei crediti concessi alle piccole e medie imprese del territorio di Anglona-Monte Acuto, previo benestare del GAL. In caso di mancato rimborso, l'altra metà del prestito viene coperta dalla banca. Grazie alla creazione di un "fondo interessi", la banca può altresì concedere prestiti sull'onore agli operatori economici locali.

L'importo complessivo dei finanziamenti che possono essere concessi non può eccedere il valore corrispondente a 4 volte la somma depositata a garanzia da LEADERFIDI. L'ammontare del prestito è limitato ad un massimo di 25 822 euro per impresa. Questo tetto potrà tuttavia essere ritoccato verso l'alto nel caso di progetti che rivestono un interesse particolare, ma, in ogni caso, fino ad un massimo di 51 645 euro. Relativamente ai prestiti sull'onore erogati, gli interessi vengono automaticamente prelevati dal "fondo interessi", aperto dal GAL presso la banca. In questo caso, i beneficiari dispongono di un periodo compreso fra 24 e 60 mesi per rimborsare il capitale, mentre gli interessi e le garanzie sono di competenza della cooperativa. Un apposito comitato composto da 3 membri e nominato rispettivamente da LEADERFIDI, dal GAL Anglona-Monte Acuto e dalla Banca di Sardegna, ha il compito di valutare l'opportunità del prestito.

Bilancio e fonti di finanziamento

Per questa azione il GAL ha stanziato in bilancio la somma di 609 419 euro, di cui la metà è stata destinata alla costituzione del fondo di garanzia. Inoltre, per lo studio di fattibilità e la messa a punto del dispositivo finanziario sono stati utilizzati 35 000 euro.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

La fase di animazione del progetto ha coinvolto 25 comuni, suscitando un forte interesse fra la popolazione.

Immagine del territorio

Il progetto rappresenta una novità assoluta per la zona e, cosa ancora più importante, la cooperativa LEADERFIDI continuerà la propria attività anche dopo il 2001 (fine di LEADER II) diventando una struttura locale di supporto alle attività economiche e di lotta all'usura, una pratica corrente in questa regione.

ANGLONA - MONTE ACUTO

Il tessuto economico della zona LEADER Anglona-Monte Acuto, nel nord della Sardegna, è caratterizzato dalla presenza di numerosissime unità produttive di dimensioni piccole o piccolissime (micro-imprese) e da un tasso di mortalità delle nuove imprese piuttosto alto. Durante questi ultimi dieci anni i trend negativi, come il calo dell'occupazione, l'esodo dei giovani più qualificati, il peggioramento e talvolta la scomparsa dei servizi di base hanno accentuato la fragilità della zona.

Attività e occupazione

Facilitando la creazione di nuove attività e sostenendo il rinnovamento generazionale nelle imprese artigianali e agricole, la cooperativa consente di valorizzare alcune tradizioni produttive e culturali, che rappresentano il volto del territorio, garantendone la continuità nel tempo.

Al fine di assicurare quella flessibilità necessaria alla sopravvivenza della struttura nel lungo periodo, lo statuto della cooperativa prevede che LEADERFIDI possa proseguire le proprie attività oltre il 2001, agevolando l'accesso al credito, fornendo un supporto tecnico/finanziario ai propri soci, ecc., senza necessariamente concedere prestiti sull'onore: è infatti altamente probabile che il fondo interessi esaurisca le proprie disponibilità entro la fine di LEADER II. D'altronde, sono stati introdotti criteri di innovazione e di riproducibilità dei progetti che permetteranno di sfruttare anche in seguito questo strumento finanziario.

Contattare

Irene Melis
LEADER Anglona-Monte Acuto
Piazza Garibaldi
I-07014 Ozieri (Sassari)
Tel. & Fax: +39 079 783 023

LOMMATZSCHER PFLEGE (Sassonia, Germania)

Una dinamica locale incentrata su un polo socio-culturale innovativo



L'azione

In un'antica proprietà feudale è stato allestito un centro socio-culturale. Durante il regime della Germania dell'Est la tenuta ospitava la sede amministrativa ed i macchinari di una cooperativa di produzione agricola (LPG - "Landwirtschaftliche Produktionsgesellschaft"). Il centro consente agli abitanti del luogo e ai visitatori della zona Lommatzscher Pflege, un territorio duramente colpito dalla disoccupazione, di riunirsi, di partecipare a manifestazioni culturali e di riscoprire le loro tradizioni. Nella struttura sono stati allestiti un museo della vita contadina, alcune botteghe in attività, una cappella, sale per seminari ed una struttura ricettiva che incrementano il potere di richiamo della zona. L'azione, che si inserisce in un progetto globale di sviluppo territoriale, tende a consolidare l'identità locale, creare occupazione ed evitare l'esodo della popolazione.

Il contesto

La riunificazione della Germania ha portato alla ristrutturazione del settore agricolo. La cooperativa di produzione agricola (LPG), che aveva la propria sede e la rimessa dei macchinari nel castello di Schleinitz situato nel territorio del comune di Schleinitz-Leuben, ha dovuto chiudere nel 1991. Il 75% della popolazione attiva di questo comune di 2 000 abitanti si è pertanto trovato improvvisamente senza lavoro. Inoltre, la chiusura della cooperativa ha messo fine anche alle attività socio-culturali sino allora proposte alla popolazione. Dovendosi confrontare per la prima volta con il problema della disoccupazione, un fenomeno sconosciuto nel sistema socialista della RDT, molti abitanti della zona si sono sentiti estremamente frustrati e si sono isolati dalla vita attiva, mentre numerosi giovani hanno lasciato Schleinitz e la regione. Alcuni commercianti stranieri hanno acquistato i macchinari agricoli dai soci della cooperativa, molti dei quali si dedicavano già in parte ad attività agricole privatamente. Per alcune persone, ciò ha portato ad una perdita dell'identità.

Il punto di partenza

In questo contesto, alcuni appassionati di arte e storia si sono associati nel 1991 per conservare l'identità locale e creare un museo delle tradizioni contadine. In collaborazione con il comune di Leuben-Schleinitz essi hanno deciso di raccogliere i macchinari agricoli e gli utensili contadini di uso domestico in un vecchio fienile del castello, invitando i concittadini a contribuire attivamente all'azione. Gli oggetti ottenuti in prestito da vari privati del luogo hanno per-

Elementi chiave

- > Riqualificazione di un castello e di una tenuta feudale di grande valore storico utilizzati in passato a fini agricoli.
- > Creazione di una gamma di prodotti che spaziano da un museo della vita contadina a strumenti didattici e turistici.
- > Nuove possibilità di scambio e di incontro per la popolazione locale.
- > Collaborazione tra strutture scolastiche, imprese, artigiani, associazioni e operatori turistici locali.
- > Ampio processo di riconversione che esercita un effetto moltiplicatore sulle piccole e medie imprese della regione.

nesso di allestire una prima esposizione nel 1993. Sia la raccolta degli utensili che l'esposizione hanno ravvivato i contatti e la comunicazione tra gli abitanti della zona.

Il gruppo promotore riteneva che la tenuta, con il suo castello del XIII secolo per il quale erano necessarie opere di restauro, poteva costituire un importante polo di sviluppo per la regione. Mancava tuttavia un vero e proprio progetto di valorizzazione di tali risorse.

Quando l'Ufficio statale per il riassetto di Kamenz (l'organismo all'origine del gruppo di azione locale Lommatzscher Pflege) ha iniziato a pubblicizzare il programma LEADER II, l'associazione di cittadini, che annoverava all'epoca 20 membri, ha deciso di fondare nel giugno 1994 una società senza scopo di lucro denominata "Förderverein Schloß Schleinitz e.V." ("Associazione per la promozione del castello di Schleinitz"). L'associazione ha commissionato uno studio di fattibilità per l'elaborazione di un progetto coerente finalizzato alla valorizzazione economica del sito.

Attuazione

Nel 1994, il finanziamento LEADER è stato inizialmente utilizzato per i lavori preparatori: con l'ausilio di esperti esterni, l'Associazione per la promozione del Castello ha definito le modalità per allestire un "centro culturale di scambi, innovazione e servizi per il territorio di Lommatzscher Pflege". Il centro doveva creare posti di lavoro per la popolazione locale ed essere integrato in un progetto di commercializzazione regionale.

Dopo questa fase preliminare sono state intraprese le opere di restauro, al fine di creare le condizioni necessarie per la riconversione del sito: nella struttura sono stati allestiti un museo delle tradizioni contadine, diverse botteghe (fabbro, calzolaio, carradore e sellaio), in parte utilizzate per le visite del pubblico. Una cappella, un ufficio dell'anagrafe, alcune sale per seminari e riunioni per le associazioni, nonché una locanda con 40 posti letto hanno successivamente completato il complesso. La società a responsabilità limitata "Schloß Schleinitz GmbH", creata nel 1998, gestisce con tre dipendenti a tempo pieno il castello e garantisce la commercializzazione dei servizi offerti. La società lavora in stretta collaborazione con gli 80 soci dell'associazione e orienta il proseguimento delle opere di restauro del castello.

L'associazione ha preso contatto con istituti scolastici, artisti, musicisti, artigiani, imprese, agenzie di viaggio e associazioni della regione per invogliarli a aderire al progetto. Nel 1999 il castello è stato utilizzato per giornate scolastiche, visite guidate, concerti mensili, manifestazioni associative, attività e mercati di prodotti artigianali, feste per bambini, seminari e presentazioni di imprese. Dal 1998, ogni mese l'associazione invita i cittadini a partecipare a circoli di riflessione ("Schleinitzer Runde") nell'ambito dei quali si discutono il proseguimento dei lavori o le possibilità di concretizzare le idee degli abitanti. Dalla fine del 1999 sono state intraprese opere di restauro complementari per allestire nel sito un ristorante e incrementare il flusso di visitatori.

Bilancio e fonti di finanziamento

Nel periodo 1994-1999 è stato speso un importo complessivo di 7 700 000 EUR, di cui 1 900 000 EUR provenienti dal Programma di riqualificazione dei Paesi del Land della Sassonia e dall'Agenzia per l'impiego, nonché da donazioni e fondi privati. Il contributo finanziario di LEADER II ammonta a circa 5 700 000 EUR, equivalenti al 75% del bilancio totale dell'azione. Il finanziamento LEADER si compone di 3 400 000 EUR stanziati da fondi europei, 1 150 000 EUR provenienti da altre fonti pubbliche e 1 150 000 EUR da fondi privati.

LOMMATZSCHER PFLEGE

La zona LEADER Lommatzscher Pflege situata tra Dresda e Lipsia, è composta da 10 Comuni di tre distretti (26 379 abitanti; 80 abitanti/km²). Il territorio è caratterizzato da un suolo molto fertile e condizioni climatiche favorevoli all'agricoltura. Fattori che hanno portato ad una grande prosperità della zona nel XIX secolo, segnando l'avvio di una forte tradizione contadina. Tuttavia, durante il regime della DDR le fattorie, suddivise in vasti quadrilateri o triangoli, sono state utilizzate soltanto in parte per attività agricole. Dall'unificazione della Germania (1990) il 90% di queste terre è utilizzato per un'agricoltura che garantisce un ottimo rendimento con un ridotto impiego di manodopera. La ristrutturazione del settore primario e lo smantellamento del-

Elementi innovativi per il territorio

Identità del territorio

- > Cittadini, allievi delle scuole e visitatori del museo vengono sensibilizzati sul valore del patrimonio culturale, nonché della cultura agricola e artigianale del territorio. L'organizzazione di manifestazioni ed eventi consente alla popolazione di ritrovare la propria identità, soffocata durante il regime della Germania dell'Est.
- > Le attività dell'associazione e la disponibilità di locali all'interno del castello hanno contribuito in modo sostanziale alla nascita di varie associazioni socio-culturali.
- > Nel 1998, su iniziativa del gruppo LEADER e della Schloß Schleinitz GmbH, è stata costituita un'Associazione per lo sviluppo locale ("Förderverein Heimat und Kultur Lommatzscher Pflege e.V.") cui aderiscono Comuni, associazioni, imprese e privati. L'associazione elabora una forma di commercializzazione dell'offerta turistico-culturale della regione tramite un marchio comune. Questo tipo di rete ha fortemente consolidato l'identità locale.

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

- > I cittadini partecipano attivamente allo sviluppo del centro (allestimento del museo, restauro, creazione di un'associazione per la promozione e l'organizzazione di serate "Schleinitz").
- > L'azione ha esercitato un effetto dimostrativo sulla popolazione locale, stimolandone le attività, come testimoniano i vari progetti LEADER realizzati successivamente.

Attività e occupazione

- > Tra il 1994 e il 1999 sono stati creati 250 posti di lavoro della durata di un anno (contratti di inserimento) nel settore del restauro e dei servizi. La società che gestisce il castello ha assunto tre dipendenti con contratto a tempo indeterminato.
- > Le piccole e medie imprese locali create dopo la riunificazione della Germania nel settore del restauro, dell'edilizia, delle forniture alberghiere, del turismo hanno tratto grandi benefici dall'azione. Cinquanta PMI del Land della Sassonia hanno infatti ottenuto degli ordini nell'ambito del progetto.

le cooperative agricole hanno portato ad un elevato tasso di disoccupazione (18% della forza lavoro nel 1999), con un conseguente esodo rurale di massa che persiste tuttora.

Contattar e

Förderverein Schloß Schleinitz e.V.
Herrn Gerald Wohlfahrt
D-01623 Schleinitz
Tel.: +49 35241 52329

HÖXTER (Renania Settentrionale-Vestfalia, Germania)

Un negozio multi-servizi gestito dagli abitanti



L'azione

Dopo la chiusura dell'ultima rivendita locale di Ottenhausen (570 abitanti), un gruppo di residenti ha creato una società a responsabilità limitata per aprire nel villaggio un negozio multi-servizi che potesse contribuire allo sviluppo sostenibile della località. Il progetto ha fruito di un aiuto LEADER II. La società, amministrata da volontari, occupa 3 commesse a tempo parziale. Allestito in un vecchio fienile, il negozio propone generi alimentari e normali prodotti ad uso domestico, nonché prodotti locali e biologici. Una parte dell'edificio accoglie vari servizi tra cui un bar, punto di incontro per gli abitanti e i turisti di passaggio.

Elementi chiave

- > Forte coinvolgimento degli abitanti (la società a responsabilità limitata di diritto civile annovera 55 soci che partecipano attivamente allo sviluppo del servizio, sia sul piano concettuale che finanziario).
- > Intenso lavoro di volontariato.
- > Complementarità di un'azione LEADER con progetti di sviluppo locale anteriori.

Il contesto

Il paese di Ottenhausen, che dipende dal Comune di Steinheim, aveva fruito nel 1985 di un progetto di sviluppo nel quadro di un programma attuato dal Land della Renania Settentrionale-Vestfalia. Il progetto ha coinciso con la creazione di un'associazione di cittadini cui hanno aderito 100 persone. La maggior parte dei progetti di sviluppo realizzati successivamente nella località era di tipo ambientale (creazione in paese di aree verdi, tutela e valorizzazione di siti naturalistici, ecc.). Nel 1991, Ottenhausen ha presentato la propria candidatura per il nuovo programma di sviluppo varato dal Land, denominato "Modello di paese ecologico del futuro" ("Modelldorf ökologisches Dorf der Zukunft"). Nell'ambito di quest'azione, Ottenhausen ha potuto fruire nel 1992 dell'assistenza tecnica di consulenti esterni. Una diagnosi realizzata con la popolazione ha evidenziato la necessità di attuare non soltanto progetti ambientali, ma anche azioni socio-economiche pertinenti, per migliorare la qualità della vita in paese e attenuare le ripercussioni del processo di ristrutturazione del settore agricolo.

Il punto di partenza

Durante questo periodo, e precisamente nel 1995, l'ultima rivendita alimentare del paese, che fungeva anche da panetteria e da unica trattoria della località, ha cessato l'attività per problemi di successione. Gli abitanti di Ottenhausen cominciarono a dipendere allora da mezzi di trasporto motorizzati. I 4 km di distanza dalla cittadina di Steinheim costituivano un problema soprattutto per le giovani madri di famiglia e gli anziani. Inoltre, con la chiusura della trattoria, è venuto meno anche un importante luogo di incontro per la

popolazione. In seguito ai suggerimenti del coordinatore del progetto "Modello di paese ecologico", dei consulenti e dei funzionari del servizio per le questioni agricole di Werbung si è costituito un piccolo gruppo di abitanti decisi ad aprire un negozio in paese e a garantirne la continuità.

Attuazione

Alla fine del 1995, il gruppo iniziale ha invitato gli abitanti a due incontri informativi per valutare l'opportunità di aprire un negozio ad Ottenhausen e analizzare varie possibilità concrete. Molti dei presenti erano scettici o addirittura contrari al progetto. Altri, invece, si sono entusiasmati all'idea e hanno aderito al gruppo promotore. Poiché non vi erano imprenditori disposti a lanciarsi nel progetto, il gruppo e il coordinatore del programma "Modello di paese ecologico del futuro" hanno elaborato una strategia finanziaria riflettendo sullo statuto giuridico più adatto da attribuire al futuro negozio. Poiché era chiaro che la realizzazione del progetto richiedeva un solido impegno finanziario e personale da parte degli abitanti, si decise di optare per una società a responsabilità limitata (S.r.l.) che avrebbe agevolato la partecipazione degli abitanti al progetto.

Dopo aver esaminato le varie sedi possibili, è stato deciso di aprire il negozio in un fienile abbandonato. In base alle raccomandazioni dei consulenti, il fienile ristrutturato avrebbe dovuto ospitare non solo il negozio, ma anche una trattoria allestita in un'altra area del fabbricato. I lavori preliminari per lo sviluppo del progetto sono stati presentati alla popolazione nel corso di un terzo incontro informativo organizzato nel marzo 1996, poco prima della costituzione della

S.r.l. Quest'ultima è stata fondata con 17 soci che hanno acquistato quote della società al prezzo unitario di 255 EUR.

Nel corso del 1996, i partecipanti al progetto hanno concretizzato la loro idea, ottenendo un prestito per alcuni soci e richiedendo finanziamenti pubblici. Il negozio è stato inaugurato il 6 novembre 1997, dopo 7 mesi di lavori di ristrutturazione del vecchio fienile. Nel 1999, la società annoverava 55 soci. La trattoria, con 60 coperti, è stata aperta in una diversa parte del fabbricato soltanto nell'aprile 1998. Il negozio offre una vasta gamma di prodotti: generi alimentari e normali articoli di uso domestico, prodotti biologici e agro-alimentari locali (un reparto di prodotti freschi con carne, salumi) e prodotti caseari) nonché giocattoli in legno. La struttura offre anche un servizio di fax e sale per manifestazioni regionali, nonché un servizio di consulenza ambientale per la popolazione locale. Gli ultimi servizi sono stati realizzati dal coordinatore del programma "Modello di paese ecologico" sino al 1998. Un nuovo consulente è stato infatti assunto nel 1998, anno in cui Ottenhausen ha aderito al "Villaggio globale - Expo 2000" ed è stato inserito in un programma di visite abbinato all'Expo 2000 di Hannover.

L'idea iniziale di aprire un ufficio postale e di proporre un servizio di pulizia e calzoleria è stato abbandonato per ragioni legali: in Germania, infatti, gli uffici postali sono previsti soltanto nei comuni con una popolazione superiore ai 1.300 abitanti, mentre i servizi di pulizia non possono essere prestati in prossimità di un punto vendita di prodotti alimentari, né essere svolti da addetti ai reparti alimentari.

Una volta superate le prime incertezze, il negozio è stato accolto positivamente dagli abitanti di Ottenhausen e del villaggio limitrofo di Billerbeck. Aperto in settimana dalle 8.00 alle 12.00 e dalle 15.00 alle 18.00 ed il sabato dalle 7.00 alle 13.00, il negozio riesce a coprire i costi del personale (3 dipendenti a tempo parziale). Purtroppo, un eccesso del 30% rispetto al preventivo dei costi di costruzione grava pesantemente sul bilancio della società. Si prevede tuttavia un aumento della domanda del negozio e del bar, in quanto il villaggio, in qualità di paese ecologico modello e di Villaggio-Expo 2000, richiama una forte affluenza di professionisti del settore. La gestione del negozio è affidata ad un amministratore che opera su base volontaria, nonché a tre abitanti che, ogni due settimane, distribuiscono alle famiglie della zona opuscoli sulle offerte promozionali.

DISTRETTO DI HÖXTER

Ottenhausen è situato nella zona di intervento della Società di sviluppo economico del Distretto di Höxter ("Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter"), operatore collettivo che gestisce il programma LEADER II dei distretti di Höxter e Paderborn. Questo territorio del nord della Renania Settentrionale-Vestfalia è caratterizzato da vaste superfici boschive contigue (30% della superficie), mentre il sud della zona è propizio all'agricoltura, settore che impiega ancora il 7% della forza lavoro. L'attività economica si fonda prevalentemente su un tessuto di piccole e medie imprese, con un'equilibrata ripartizione settoriale dove predomina tuttavia la trasformazione del legname. Nel 1999, il tasso di disoccupazione registrato a Höxter-Paderborn era pari all'11%.

Bilancio e fonti di finanziamento

I costi complessivi per i lavori di ristrutturazione del fienile ammontano a 220.623 EUR, finanziati dall'iniziativa LEADER II (47.295 EUR stanziati dall'Unione europea, 61.355 EUR da sovvenzioni del Land e 111.973 EUR raccolti dai soci con l'acquisto di quote e un prestito).

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

Sin dalle fasi iniziali, l'azione era rivolta alla popolazione locale: i partecipanti erano consci che il successo dell'impresa dipendeva essenzialmente dalla collaborazione degli abitanti. Questi ultimi sono stati pertanto coinvolti nelle questioni relative al progetto e costantemente aggiornati in merito. Dalla costituzione della società, il numero di soci è passato da 17 a 55. Il negozio offre alle persone con problemi di mobilità (anziani, disabili, ecc.) la possibilità di fare acquisti e di trovare tutti i generi di prima necessità. Poiché rappresenta il principale luogo di incontro del paese, il negozio svolge anche un'importante funzione sociale.

Attività e occupazione

Favorendo la commercializzazione diretta dei prodotti locali e agro-alimentari, il negozio di Ottenhausen contribuisce ad incrementare il reddito degli agricoltori. In occasione dell'Expo 2000 è stata venduta una bibita a base di succo di mela e acqua minerale gasata prodotta a Ottenhausen (sfruttando la fonte del Conte Metternich situata a Vinsebeck e utilizzando gli impianti locali per la produzione di sidro e l'imbottigliamento). Questa attività ha creato posti di lavoro, aumentando inoltre l'autonomia economica e migliorando l'immagine ecologica del paese.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

L'attivazione di un servizio di consulenza ambientale nei locali del negozio ha permesso di rafforzare i contatti con gli altri progetti del villaggio ecologico di Ottenhausen.

Contattare

Stephan Lücking
Geschäftsführer der Dorfläden GbRmbH
Beim Staumberge 14
D-32839 Steinheim-Ottenhausen
Tel.: +49 52 33 8581

SOUTH PEMBROKESHIRE (Galles, Regno Unito)

I "Landsker Borderlands", una nuova destinazione turistica



L'azione

Elaborazione di una strategia turistica tra operatori di diversi settori e creazione di dispositivi che garantiscano a lungo termine la partecipazione della popolazione locale. L'iniziativa ha permesso di creare una gamma di prodotti turistici e di servizi: sentieri per escursioni a piedi e in bicicletta, documentazione sui siti storici, formazione degli abitanti locali al ruolo di "ambasciatori" della loro regione mediante l'acquisizione di conoscenze sulla storia del proprio paese e le tradizioni dei villaggi, centri di informazione ed ampliamento delle capacità ricettive della zona, sviluppo del turismo durante la bassa stagione orientato verso la scoperta del patrimonio culturale e storico locale.

Il contesto

Nel 1990 l'offerta turistica era ancora estremamente limitata, con strutture ricettive di qualità scadente e trasporti pubblici in stato di grave degrado. Era necessario cominciare da zero, valorizzando appieno la bellezza dei paesaggi, la varietà della flora e della fauna, la rete locale di sentieri per escursioni e le ricchezze culturali nascoste. La regione può essere raggiunta con facilità da Londra per strada o in treno. Inizialmente, l'azione "Landsker Borderlands" era essenzialmente destinata a permettere alla popolazione di riappropriarsi del proprio patrimonio culturale e naturale. In seguito si è constatato che la cultura e l'ambiente erano due aspetti propizi allo sviluppo della zona tramite il turismo, a condizione che venissero soddisfatte le seguenti condizioni: offrire un prodotto unico nel suo genere, orientato verso la scoperta del patrimonio storico e naturale del paese, con garanzie di qualità e con prezzi correttamente definiti, i cui vantaggi andassero essenzialmente a beneficio della popolazione locale.

Il punto di partenza

Nel 1990 è stata creata l'agenzia di sviluppo "SPARC" (South Pembrokeshire Partnership for Action with Rural Communities) che ha effettuato, con l'aiuto di un esperto in turismo locale, una diagnosi territoriale realizzando diversi audit locali (inchieste alle quali hanno preso parte oltre 1 000 persone di 35 paesi). Queste azioni, destinate a suscitare la partecipazione della popolazione, hanno dato i loro frutti: i 35 paesi interessati hanno elaborato piani d'azione nel settore turistico. Questo processo è stato incoraggiato in diversi modi: organizzazione di corsi di formazione in storia e interpretazione del patrimonio, nonché

Elementi chiave

- > Sviluppo di un prodotto turistico di qualità destinato ad un pubblico che intende scoprire una regione poco nota dove il patrimonio ed il paesaggio sono stati perfettamente preservati;
- > Ampio processo di consultazione locale per l'elaborazione di un programma di turismo rurale attuato nel rispetto dell'ambiente, totalmente a vantaggio degli abitanti locali;
- > Definizione di rigorosi criteri di qualità per quanto riguarda i prodotti e i servizi offerti (accoglienza, informazioni, valorizzazione delle località storiche ecc.) e accompagnamento dei produttori in tale processo;
- > Strutturazione dell'offerta in base alla partecipazione della popolazione, motivata dalla scoperta dei propri valori e delle proprie tradizioni;
- > Creazione di un prodotto duraturo basato su una forte identità locale.

in edilizia e restauro di edifici, allo scopo di assumere dei disoccupati per l'allestimento dei sentieri, la riparazione dei ponti e delle mura, il restauro del patrimonio edificato, l'installazione della segnaletica ecc. Per la concezione e la realizzazione di guide turistiche tematiche si è fatto ricorso ad alcuni artisti e designer locali.

Attuazione

Sono stati tuttavia necessari cinque anni (1990-1994) prima il progetto "Landsker Borderlands" andasse in porto e fosse riconosciuto.

Le numerose sessioni di formazione hanno svolto un ruolo essenziale nello sviluppo del programma. In particolare è stata promossa la formazione in "gestione di un'impresa turistica" che costituiva la condizione indispensabile per l'attribuzione ai partecipanti di un aiuto per il miglioramento delle proprie strutture.

Due centri telematici situati a poca distanza hanno permesso di organizzare programmi di formazione incentrati sull'uso delle nuove tecnologie (in particolare la gestione informatica).

Sono stati allestiti e provvisti di segnaletica cinque sentieri tematici per escursioni a piedi. Una guida illustrata agevola la scoperta dei singoli itinerari ed ogni anno viene organizzato un "Festival dell'escursione". Numerosi edifici sono stati ristrutturati e riconvertiti in centri di servizi turistici, come ad esempio l'antico municipio di Narberth, trasformato in azienda autonoma di soggiorno. Anche diversi pub, negozi e uffici postali fungono da "punti di informazione turistica" e sul territorio se ne contano attualmente 24. L'agenzia "Landsker Holidays", creata dall'associazione SPARC, dispone

inoltre di un sistema di prenotazione centralizzato per garantire la vendita dei prodotti turistici locali. Nel 1994 sono state prenotate 6 000 giornate, per soggiorni di durata media di tre giorni.

La ristrutturazione di dimore di campagna di qualità e l'ampliamento dei "bed & breakfast", dei campeggi e dei piccoli alberghi in prossimità dei sentieri di escursioni hanno permesso di aumentare la capacità ricettiva.

Il controllo della qualità dei prodotti e dei servizi offerti è assicurato dalla "Welcome Host Association", un'associazione creata dalla SPARC a cui aderiscono 150 membri. Questi ultimi hanno partecipato ai corsi di formazione in materia di servizio alla clientela organizzati dall'Ente del Turismo galles. Vengono inoltre realizzate regolarmente inchieste destinate a sondare il grado di soddisfazione dei clienti.

La strategia di commercializzazione si orienta verso sbocchi commerciali specifici quali i prodotti strutturati intorno ai sentieri per escursioni, le attività legate alla pesca ecc. Attualmente sono in fase di trattativa alcune collaborazioni con operatori turistici britannici, tedeschi ed olandesi. Per quanto riguarda la promozione sono stati adottati diversi metodi "su misura" e nelle riviste specializzate vengono pubblicati regolarmente articoli e inserti pubblicitari.

L'analisi dei bisogni dei visitatori in materia di trasporti ha portato alla creazione del progetto "Greenways" ("Circuiti verdi"). Coordinato dall'Agenzia per lo sviluppo rurale del Galles e gestito dalla SPARC, questo progetto tende ad invogliare i turisti ad avvalersi dei trasporti pubblici.

Sebbene abbia già permesso di ottenere numerosi successi, il prodotto è ancora recente.

L'obiettivo iniziale di garantire l'autofinanziamento del progetto nell'arco di tre anni non è ancora stato pienamente conseguito e il tasso di insuccesso delle nuove imprese rimane elevato. Nell'ambito di LEADER II la SPARC realizzerà pertanto una valutazione quantitativa dell'azione.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il costo complessivo dell'operazione "Landsker Borderlands", attrezzature comprese, ammonta a 1 250 000 ECU. Tale somma è stata in massima parte finanziata da LEADER I.

Il bilancio di funzionamento annuo ammonta a 156 250 ECU (a cui si aggiungono 62 500 ECU per le spese di promozione). Il bilancio è coperto dalle sovvenzioni e dalle commissioni sulle prestazioni offerte.

IL SOUTH PEMBROKESHIRE

Il sud della contea del Pembrokeshire è relativamente poco popolato (densità: 52 abitanti/km²). I giovani al di sotto dei 25 anni di età rappresentano il 30% della popolazione e nella zona vi è un tasso di disoccupazione del 16%. La zona può contare su diverse attrattive: litorale e campagne con paesaggi diversificati nonché un importante patrimonio naturale e culturale. Un terzo del territorio si trova in zona protetta (Pembrokeshire Coast National Park). I "Landsker Borderlands" corrispondono storicamente alla frontiera linguistica tra le popolazioni del sud del Pembrokeshire, esclusivamente anglofone, e quelle del nord della contea, principalmente di lingua gallese. Questa caratteristica è stata utilizzata per forgiare l'immagine della regione. Nonostante la bellezza dell'entroterra, l'attività turistica, fortemente stagionale, era essenzialmente concentrata sino a poco tempo fa sulla costa.

Elementi innovativi per il territorio

Coivolgimento della popolazione e coesione sociale

- > Elaborazione di piani di sviluppo turistico, con una partecipazione della popolazione nell'analisi delle potenzialità e dei vincoli esistenti;
- > Maggior dinamicità della vita associativa.

Identità del territorio

- > Elaborazione di prodotti turistici basati sulla scoperta e la rivalorizzazione del patrimonio culturale, naturale e rurale ad opera degli abitanti locali.

Attività e occupazione

- > Offerta di prodotti turistici anche durante la bassa stagione che consentono di aprire o ristrutturare diversi alberghi e ristoranti;
- > Restauro, manutenzione e abbellimento dei paesi e dei siti;
- > Creazione di servizi di informazione gestiti dalla popolazione.

Immagine del territorio

Nel febbraio 1994, la SPARC ha vinto per questo progetto l'"UK Tourism Trophy", uno dei cinque prestigiosi premi attribuiti ogni anno dalla compagnia aerea British Airways in collaborazione con l'Ente del turismo britannico e diversi operatori turistici. Lo stesso anno, il popolarissimo programma televisivo inglese "Wish You Were Here" permetteva a 14 milioni di telespettatori inglesi di scoprire i Landsker Borderlands.

Competitività e accesso al mercato

- > Creazione e promozione di un prodotto autentico e specifico;
- > elaborazione di un'offerta destinata a mercati mirati e personalizzati (associazioni di escursionisti, pescatori ecc.).

Elementi complementari d'informazione

Un documentario su videocassetta (disponibile in inglese, francese e spagnolo) presenta l'audit locale realizzato all'inizio dell'operazione.

Contattare:

Joan Asby
SPARC
The Old School
Station Road
Narberth
UK-Dyfed SA67 8DU
Tel.: + 44 1834 86 09 65
Fax: + 44 1834 86 15 47

LEWIS (Scozia, Regno Unito)

Valorizzazione del sito preistorico di Calanais



L'azione

Calanais, sull'isola di Lewis (nord-ovest della Scozia), è uno dei principali siti di menhir preistorici del Regno Unito. Esso risale ad oltre cinquemila anni or sono. La lontananza dalle principali vie di comunicazione ha protetto il sito, impedendogli tuttavia di trarre tutti i benefici turistici ed ottenere il riconoscimento locale che merita. Il crescente numero di visitatori (attualmente 40 000 l'anno) ha evidenziato la necessità di un intervento nella zona ed ha portato alla creazione di un Centro d'interpretazione e di accoglienza" per permettere una migliore comprensione della storia del sito, tutelando al contempo la località. Il centro ospita una mostra permanente sulla storia dei menhir nonché un ristorante ed un negozio di prodotti dell'artigianato locale.

Il contesto

L'isola di Lewis vanta abbondanti risorse naturali e un ricco patrimonio culturale. I menhir di Calanais costituiscono uno dei più begli esempi di costruzione del tardo neolitico scozzese. Le infrastrutture esistenti erano assolutamente inadeguate rispetto all'affluenza nel sito (circa 40 000 visitatori l'anno), che causava inoltre numerosi problemi ai villaggi circostanti. Sul sito stesso l'informazione storica era carente e non veniva intrapreso nessuno sforzo per valorizzare le possibilità di Calanais. Per una zona in declino economico, la situazione era diventata intollerabile.

Il punto di partenza

Il processo di consultazione si è protratto per oltre due anni. Gli 11 organismi o gruppi d'interesse implicati avevano ciascuno un'opinione diversa circa il modo di allestire il sito di Calanais, ma condividevano il desiderio di trovare una soluzione che permettesse una buona gestione del sito e il mantenimento nella regione dei benefici generati dal turismo. La diversità degli interessi in questione ha reso necessaria la creazione di un comitato direttivo del progetto al quale hanno preso parte oltre 25 rappresentanti dei diversi settori della società scozzese. Per tale ragione si è sviluppato un processo lento, talvolta pesante, che ha tuttavia reso possibile l'instaurarsi di una vera solidarietà fra i partecipanti ed ha permesso che l'iniziativa acquisisse una certa rilevanza sul piano sociale e commerciale. Considerata la notorietà del sito, il progetto ha immediatamente fruito di una forte copertura dei media. Gli obiettivi principali del progetto sono finiti a grandi titoli sui giornali ed hanno suscitato dibattiti, rendendo più difficoltoso il processo di consultazione e

Elementi chiave

- > Volontà di sfruttare le potenzialità locali per farne beneficiare direttamente la popolazione;
- > Mobilitazione di gruppi con interessi talora divergenti, cercando di farli convergere al fine di elaborare un progetto comune di sviluppo a beneficio dell'insieme della comunità locale;
- > Promozione di un'iniziativa economica duratura e positiva sfruttando le risorse naturali locali non trasferibili;
- > Allestimento di un centro che raggruppa e promuove le attività di sviluppo locale.

di concertazione. I diversi partner sono tuttavia riusciti a trovare un accordo dando infine il benestare per la costruzione sul sito di un Centro didattico e di accoglienza dei visitatori.

Attuazione

Gli organismi interessati dal progetto hanno prodotto un fascicolo informativo ed il Centro per l'interpretazione dell'ambiente (CEI) è stato incaricato di realizzare uno studio per fornire una consulenza in merito ai seguenti punti: come garantire la protezione del sito; quale pedagogia adottare per la promozione del sito ed il lavoro di informazione; quali tipi di servizi culturali e di attività ricreative offrire ai visitatori; come ridurre al minimo i disagi per la comunità locale e l'impatto negativo sull'ambiente dovuti al flusso turistico, ottimizzando al contempo i benefici economici e sociali, soprattutto in termini di occupazione. Una volta chiariti questi punti è stato condotto uno studio di fattibilità destinato, fra l'altro, ad integrare il centro nel tessuto sociale e culturale locale, evitando di farne una semplice attrattiva stagionale, e a scegliere un luogo adatto (il punto più difficile da risolvere) ed uno stile architettonico adeguato. Il gruppo LEADER Western Isles, Skye & Lochalsh ha svolto un ruolo essenziale nella creazione delle forme di cooperazione necessarie ad un'azione concertata fra i diversi partecipanti. Le autorità locali hanno fornito l'assistenza tecnica per quanto riguarda i lavori di architettura e di ingegneria, Historic Scotland ha messo a disposizione le proprie competenze, contribuendo inoltre alla pianificazione del progetto, ed alcuni organismi di sviluppo regionale hanno fornito la loro collaborazione.

Il centro è stato inaugurato nel giugno del 1995. Esso propone ai visitatori informazioni sull'ambiente e sulla storia della località. La segnaletica e le informazioni sono in gaelico (la lingua più diffusa localmente) ed in inglese, mentre gli opuscoli esplicativi sono tradotti in diverse lingue europee. Oltre a queste attività di informazione didattica e all'area riservata alle mostre temporanee, il centro mette a disposizione dei visitatori un ristorante ed un punto vendita dei prodotti di artigianato locale.

L'iniziativa rientra inoltre in una strategia regionale più ampia per il miglioramento delle strutture ricettive e dell'informazione ai visitatori, ma anche dell'accoglienza e delle attività di scoperta in diverse località della regione. Una società a responsabilità limitata senza scopo di lucro, la Standing Stones Trust, è stata costituita per far conoscere e comprendere la storia dei menhir di Calanais e di altri siti delle isole Ebridi e per gestire il centro. Il consiglio di amministrazione della società è composto dai rappresentanti dei principali partner finanziari e della comunità locale. La Standing Stones Trust ha anche il compito di incoraggiare lo studio archeologico della zona e dei dintorni facendo conoscere e sviluppando il programma di ricerche sul campo in merito all'occupazione del suolo e all'habitat preistorico nell'Ovest dell'isola di Lewis diretto dall'Università di Edimburgo. In futuro si prevede di destinare i 2 ettari dell'azienda agricola di Calanais, situata nei pressi del centro, alla realizzazione di un programma di esperimenti relativi alle pratiche agricole antiche.

Bilancio e fonti di finanziamento

Il costo totale del progetto ammonta a 749 037 ECU, di cui 192 061 ECU finanziati dai fondi comunitari nel quadro del programma LEADER I; 128 040 ECU da Historic Scotland; 204 865 ECU da Western Isles Islands Council; 32 010 ECU da Scottish Natural Heritage e 192 061 ECU da Western Isles Enterprise.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

La popolazione locale ha partecipato attivamente ad ogni fase del progetto, dall'ideazione iniziale fino alla gestione quotidiana. L'azione ha richiesto la realizzazione di un complesso processo di pianificazione al fine di ripartire fra numerose organizzazioni le responsabilità legali, tecniche ed

L'ISOLA DI LEWIS

Situata a 75 km all'estremità nord-occidentale della costa scozzese, l'isola di Lewis (20 000 abitanti) ha un clima rude e gravi problemi di comunicazione e di accesso ai mercati. Il tasso di disoccupazione raggiunge quasi l'11% della popolazione attiva e le possibilità di diversificazione economica sono scarse. I posti di lavoro sono concentrati soprattutto a Stornoway, la città principale, a circa 20 km da Calanais, e riguardano i servizi, l'amministrazione locale e, in misura minore, la pesca. Sul piano agricolo la regione è classificata "seriamente svantaggiata", nonostante un'ampia diffusione di un sistema di microfondi basati essenzialmente sull'allevamento ovino estensivo. La tessitura artigianale della lana, organizzata dalla società Harris Tweed, è un'attività di una certa rilevanza.

operative. Nonostante la sua lentezza, questa impostazione ha permesso di suscitare la fiducia e l'impegno a lungo termine dei partecipanti. Il risultato finale viene apprezzato dalla comunità locale che ne ricava sostanziali benefici sul piano economico, ambientale, culturale e sociale. Il centro è ormai parte della vita locale poiché gli abitanti lo utilizzano al di fuori della stagione turistica per le loro proprie attività.

Attività e occupazione

Il centro ha portato alla creazione di 10 posti di lavoro (4 a tempo pieno e 6 a tempo parziale) che sono stati proposti ad alcuni giovani del paese. Esso ha inoltre permesso di diversificare le attività in una zona che dispone di scarse risorse. Il centro è la sola struttura di questo tipo presente nella regione e preannuncia ulteriori iniziative a favore dello sviluppo economico e culturale delle isole Ebridi.

Immagine del territorio

Il centro è principalmente destinato a promuovere la storia culturale locale e a valorizzare l'isola, in modo da attirare visitatori ed investimenti. Esso ha diversificato le proprie attività e propone attualmente una serie di prodotti promozionali: guida dei menhir, opuscoli esplicativi in più lingue, prodotti dell'artigianato locale ecc. Inoltre, le ricerche scientifiche condotte nel sito aumentano il potere di richiamo dell'isola.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

L'elaborazione e la realizzazione del progetto sono state precedute da delicate trattative per poter raggiungere un equilibrio fra interessi contrastanti circa l'utilizzazione dello spazio. Si trattava di attirare i visitatori sul sito riducendone l'impatto fisico; facilitarne l'accesso rispettando i diritti di pascolo locali, le consuetudini e la proprietà; promuovere il luogo proteggendone al contempo l'integrità e gli usi locali.

Migrazioni ed inserimento sociale e professionale

Il progetto, destinato a creare nuova occupazione in una zona agricola marginale dove i posti di lavoro scarseggiano, ha posto l'accento sull'assunzione di giovani lavoratori locali. Esso ha inoltre suscitato un sentimento di orgoglio che può fungere da esempio per la comunità locale ed incoraggiare i giovani a restare in paese.

Contattare:

Calum McLeod
Calanais Centre
Calanais
Isle of Lewis
UK - Western Isles HS2 9DY (Scotland)
Tel.: +44 1851 62 14 22
Fax: +44 1851 62 14 46

RHÖN (Assia, Germania)

Un piano per il turismo sostenibile



L'azione

Nel 1993 l'associazione "Natur- und Lebensraum Rhön" (Spazio naturale e vitale del Rhön), organismo incaricato di attuare il progetto della "riserva della biosfera" dell'UNESCO e gruppo LEADER dell'Assia, ha avviato l'elaborazione di un piano di sviluppo turistico sostenibile per questo territorio di mezza montagna situato nel punto di confluenza di tre Länder: l'Assia, la Baviera e la Turingia (quest'ultima faceva parte della ex RDT). Benché la sede del gruppo di azione locale si trovi nella parte del Rhön appartenente all'Assia, l'obiettivo era di far partecipare all'operazione i rappresentanti dei tre Länder interessati. Il GAL ha deciso di pianificare lo sviluppo turistico con la partecipazione attiva della popolazione locale e l'assistenza tecnica di un consulente.

L'iniziativa, che si è protratta per due anni e mezzo, ha portato alla pubblicazione, nel maggio 1996, di un piano di sviluppo turistico composto da 271 misure.

Il contesto

Il massiccio del Rhön (185 000 ettari), situato al centro geografico della Germania, si trova nel punto di confluenza di tre Länder: la Baviera, l'Assia e la Turingia. Poiché quest'ultima è uno dei cosiddetti "nuovi Länder", solo l'Assia e la Baviera hanno partecipato a LEADER I.

Nel 1991 il massiccio del Rhön viene classificato "Riserva della biosfera" nell'ambito del programma MAB ("L'Uomo e la Biosfera") dell'UNESCO. Nell'elaborazione dei progetti di sviluppo, la riserva del Rhön incontra varie difficoltà: il frazionamento amministrativo del territorio, la diversità delle situazioni e la diffidenza degli abitanti rispetto alla creazione di una "riserva". Poco informati sui principi del programma MAB (che promuove un'integrazione armoniosa delle attività umane e dei paesaggi nelle zone con un particolare interesse dal punto di vista ecologico), gli abitanti temono infatti di ritrovarsi in una sorta di "riserva indiana".

Il punto di partenza

L'associazione Natur- und Lebensraum Rhön si è ispirata ad azioni analoghe attuate nel Tirolo austriaco, dove vengono comunemente realizzati "piani di sviluppo turistico", e nel Saarland, dove era già stato organizzato un "Forum aperto del Turismo".

Attuazione

Il progetto è stato avviato nel 1993 su iniziativa dell'associazione "Natur- und Lebensraum Rhön" (Assia). Il gruppo LEADER ha dovuto convincere le varie organizzazioni e gli organismi amministrativi che operavano nel territorio della riserva a partecipare all'iniziativa. Alcuni rappresentanti dei Länder della Baviera e della Turingia sono stati invitati a prendere parte alla riflessione.

Elementi chiave

- > (Ri)conciliazione della protezione dell'ambiente e dello sviluppo;
- > Elaborazione di un progetto di sviluppo turistico con la partecipazione di numerosi operatori provenienti da entità amministrative differenti (tre Länder relativamente autonomi);
- > Concretizzazione del concetto di "turismo sostenibile" nel rispetto delle attività locali e del paesaggio ("Kulturlandschaft").

Il GAL si è rivolto ad un ufficio di consulenza il quale ha proposto l'elaborazione di un "piano di sviluppo del turismo" basato su un approccio partecipativo.

L'iniziativa è stata articolata in due capitoli:

- 1) Un "Forum aperto del Turismo", una sorta di tavola rotonda interdisciplinare destinata a suscitare la partecipazione e l'adesione di gran parte della popolazione ad un progetto di sviluppo. Il Forum ha definito gli orientamenti principali, scegliendo le misure da mettere in atto per conseguire gli obiettivi prefissati. Sono stati adottati i seguenti orientamenti:
 - > creazione di una destinazione turistica "Rhön";
 - > promozione di un'immagine "Rhön, territorio innovativo e ricco di avvenire";
 - > valorizzazione dell'appellativo "riserva della biosfera";
 - > prolungamento della stagione turistica;
 - > promozione della cucina regionale; almeno il 25% dei piatti presentati nel menu dei ristoranti devono essere prodotti locali;
 - > sostegno alla cooperazione tra operatori turistici e artigiani locali;
 - > cooperazione in materia di promozione;
 - > organizzazione di una linea di "pullman turistici" e ripristino di una linea ferroviaria a fini turistici.

Quattro gruppi di lavoro tematici ("servizi, habitat, cibo e bevande", "infrastrutture e abbellimento dei paesi", "potenziale regionale, paesaggi e natura", "mezzi di trasporto"), composti da volontari, sono stati incaricati di approfondire e promuovere le misure proposte.

2) Un "Piano di sviluppo del turismo", elaborato e approvato in seno al Forum. Il piano, che ha suscitato un largo consenso, ha evidenziato le forze e le lacune dell'offerta, ha permesso l'inventario degli operatori interessati e propone una strategia di sviluppo.

Complessivamente, sono state previste le 5 fasi seguenti:

- > ricerca e selezione dei partecipanti al Forum da parte dei responsabili del gruppo d'azione locale; 80 persone si sono impegnate nel processo su base volontaria (gli operatori turistici dei tre Länder coinvolti; i rappresentanti del settore agricolo, silvicolo, culturale e sportivo; i rappresentanti delle organizzazioni ambientaliste e della tutela del patrimonio);
- > valutazione del potenziale turistico del territorio ad opera di un consulente (diagnosi elaborata in seguito ad un'analisi dell'offerta, della domanda, delle tendenze e della concorrenza);
- > diffusione di un rapporto provvisorio e di una scheda sinottica presso 120 interlocutori, privati e pubblici;
- > discussione sul rapporto e sulle raccomandazioni in seno al Forum;
- > stesura finale del piano di sviluppo turistico. Sono state proposte 271 misure che hanno tenuto conto dei risultati di analisi esterne (punti di forza e lacune, opportunità e rischi) e del punto di vista delle popolazioni locali. È stato definito un ordine di priorità; il rapporto menziona già i promotori di progetto abilitati ad attuare ogni singola misura proposta.

Per giungere a tale risultato, sono stati necessari 13 incontri del Forum, ripartiti su un periodo di un anno e mezzo. I gruppi di lavoro si sono riuniti più sovente.

Al termine della fase di pianificazione il Forum è stato sciolto, mentre i gruppi di lavoro hanno continuato ad incontrarsi. Non esiste alcuna attività strutturata di coordinamento per l'attuazione del piano. Quest'ultima dipenderà dalla volontà dei singoli organismi che hanno partecipato al Forum.

IL MASSICCIO DEL RHÖN

Regione di media montagna (950 m), il massiccio del Rhön, classificato dall'UNESCO "Riserva della biosfera" nel 1991, si estende su tre Länder tedeschi: la Baviera, l'Assia e la Turingia. La Cortina di Ferro che l'attraversava ha a lungo tenuto la regione in situazione periferica ("il confine delle due Germanie"). Esclusivamente rurale, il territorio (1 160 km²) conta una popolazione di 111 000 abitanti (10 abitanti/km²) ripartiti su 90 Comuni. Il 12% della popolazione attiva lavora nel settore turistico, in espansione da diversi anni: il marchio "Riserva della biosfera" e l'ambiente naturale particolare e ben preservato del Rhön (vaste zone aperte sulla sommità delle montagne, ideali per escursioni a piedi) richiama un numero sempre maggiore di visitatori.

Tra i primi risultati dell'operazione si possono citare un progetto di cooperazione tra agricoltori e gestori di ristoranti (reintroduzione della pecora del Rhön, una razza locale la cui carne, molto saporita, figura ora sul menu dei ristoranti locali), nonché la realizzazione di una linea di pullman sull'intero territorio destinata principalmente agli appassionati di escursioni e passeggiate.

Bilancio e fonti di finanziamento

L'operazione ha comportato un costo complessivo di 153 000 ECU, il 50% del quale è stato finanziato da LEADER e il 50% dal Land dell'Assia (gli altri due Länder non hanno contribuito al finanziamento).

Elementi innovativi per il territorio

Creazione di nuove culture e identità

Questa operazione rappresenta una fase verso una nuova cultura di cooperazione, soprattutto tra diversi operatori e organismi amministrativi. Per la prima volta dal 1945 un progetto ha coinvolto i tre Länder del Rhön.

Identità del territorio

A lungo diviso dalla Cortina di Ferro, il massiccio del Rhön era un territorio privo di un'identità forte. Il progetto di "Riserva della Biosfera" ha conferito alla zona, per la prima volta, un marchio di qualità.

Ambiente, gestione dello spazio e delle risorse naturali

Come il programma MAB, il Piano di sviluppo del turismo concilia due elementi spesso in contrapposizione: lo sviluppo e il rispetto dell'ambiente.

Contattare:

Verein Natur- und Lebensraum Rhön
Georg-Meißner Str. 3
D-36115 Ehrenberg-Wustensachsen
Tel.: + 49 6683 96 020
Fax: + 46 6683 96 0221

OBERSCHWABEN (Baden-Württemberg, Germania)

Turismo, cultura e formazione in ambito rurale



L'azione

Nella Svevia superiore è stata sviluppata, con il sostegno di un istituto di ricerca della regione, un'importante offerta di manifestazioni culturali che avvicinano i turisti e gli abitanti della regione alle tradizioni rurali locali. Al programma hanno partecipato 31 Comuni della zona LEADER e numerose associazioni. Le manifestazioni, che hanno coinvolto più di 1 500 persone, hanno rappresentato una forte attrattiva per il turismo. L'offerta spazia dalla presentazione di antichi mestieri che stanno scomparendo sino alle visite guidate a carattere storico-culturale, passando per i pomeriggi dedicati al "fai da te".

Il contesto

All'inizio degli anni '50 è stato fondato nel Baden-Württemberg un ente per la formazione degli adulti (Pädagogische Arbeitsstelle Erwachsenenbildung - PAE), con un'unità scientifica situata a Stoccarda ed un ufficio per il lavoro pratico a Inzighofen (Distretto di Sigmaringen). Il principale obiettivo di questa struttura era di contribuire, nel dopoguerra, alla promozione delle zone rurali e al consolidamento della democrazia. Alla fine degli anni '80 le zone rurali del Baden-Württemberg conobbero un'ondata di rinnovamento politico. All'epoca, la PAE ha apportato nuovi elementi con il progetto "Nuove forme del lavoro di formazione nel mondo rurale", attuato con successo dal 1989 al 1991 nel distretto di Sigmaringen. Nell'ambito del progetto, un concorso e centinaia di visite in loco hanno permesso di individuare "esperti e specialisti nei settori più disparati del sapere". Successivamente sono stati istituiti "circoli professionali" (scrittori e storici regionali, erboristi, mineralogisti, filatelici, pittori dilettanti, decoratori, scultori su legno, creatori di presepi, filatori di lana e lino) e si è infine creato un primo contatto con il settore turistico.

Il punto di partenza

Una parte del territorio di Oberschwaben (Svevia superiore) era interessata da LEADER I. Costituito nel 1996, il gruppo LEADER II riunisce varie amministrazioni locali e regionali, l'amministrazione del Parco naturale Obere Donau (Alto bacino del Danubio) nonché 18 strutture del settore agricolo, turistico, industriale, artigianale, culturale e educativo (PAE).

Elementi chiave

- > Riconoscimento della dimensione culturale dello sviluppo rurale, sensibilizzazione della popolazione in merito alla cultura rurale.
- > Scoperta delle potenzialità della cultura rurale, creazione di momenti di scambio e incontro.
- > Tramite varie manifestazioni, valorizzazione a fini turistici di una cultura rurale a lungo trascurata.
- > Ricorso alle competenze di esperti locali.
- > Cooperazione tra vari Comuni e istituzioni.
- > Valorizzazione delle risorse e dei metodi di un istituto di ricerca della regione. Utilizzo delle esperienze e delle reti di cooperazione dell'istituto.
- > Dialogo costruttivo tra responsabili decisionali e ricercatori; processo di apprendimento reciproco.

Sin dalla fase iniziale, l'obiettivo principale di LEADER nella Svevia superiore era di sviluppare il turismo e creare un "Centro culturale del mondo rurale". La PAE aveva già partecipato alla preparazione del programma LEADER I e, in base ai suoi precedenti lavori, presentò domanda per il progetto "Esperienza e formazione - Programmi estivi nelle zone rurali". Mentre la maggior parte dei sindaci della regione si era mostrata interessata, durante la fase preparatoria di LEADER I, soprattutto a investimenti infrastrutturali, la PAE evidenziò sin dall'inizio la necessità di una cooperazione regionale.

Attuazione

Dal 1993 al 1995, la PAE ha realizzato nell'ambito del programma LEADER I il progetto "Esperienza e formazione - Programmi estivi nelle zone rurali", alla quale parteciparono attivamente cinque Comuni.

La prima fase tendeva a valutare le potenzialità dei Comuni partecipanti, l'acquisizione di conoscenze e l'elaborazione dei primi prodotti. Successivamente, queste esperienze sono state al centro di analisi sistematiche e l'offerta è stata ampliata. La terza fase prevedeva il proseguimento del programma, la realizzazione di indagini e la raccolta di una documentazione dettagliata.

Tra le attrattive selezionate figuravano: una bottega da caradore e bottaio, un'oreficeria, un'unità per la fabbricazione delle ceste, una cava di tufo, un mulino, un laboratorio di rilegatura, una bottega per la fabbricazione di strumenti musicali, una fabbrica di birra ecologica, nonché varie fattorie biologiche. I settori di attività interessati erano: api-

coltura, produzione casearia, panificazione, laboratori di ceramica e terracotta, fabbricazione della carta, lavorazione dell'oro, ricamo. A questi si sono aggiunte visite guidate di storia dell'arte e di storia naturale. Per i Comuni partecipanti, la scoperta delle potenzialità scarsamente valorizzate in precedenza e la cooperazione intercomunale erano aspetti di particolare importanza.

Nell'ambito di LEADER II, queste attività sono state sostanzialmente ampliate. Il programma ha interessato in larga misura un settore non contemplato da LEADER I, che ha richiesto un maggiore lavoro in comune. Un semplice programma estivo ha portato alla creazione di una vasta gamma di prodotti. Per migliorare i servizi sono state attivate misure di formazione continua per guide e sessioni formative per collaboratori volontari, nonché attività nel campo della gastronomia.

Mentre LEADER I rappresentava essenzialmente un gruppo di progetti isolati, con LEADER II si è prestata maggiore attenzione al lavoro in comune nell'ambito di una strategia globale e integrata. Oltre allo sviluppo del programma culturale, la PAE è stata incaricata di elaborare un piano per allestire e perfezionare una rete di elementi di interesse turistico in occasione della creazione del "Centro culturale del mondo rurale". Il piano, ultimato nel 1997, ha fornito orientamenti importanti per lo sviluppo in base all'approccio LEADER.

Nel complesso, il gruppo LEADER e gli istituti di ricerca hanno attuato una stretta collaborazione improntata sulla fiducia reciproca. Sia all'interno del GAL che della PAE si è sviluppato un processo di apprendimento reciproco: è stata riconosciuta l'importanza della cultura rurale per lo sviluppo locale e la cooperazione tra Comuni. Coloro che operano all'interno della PAE hanno imparato a dare maggior risalto alla riqualificazione e a considerare maggiormente le condizioni economiche di base e le esigenze legate al settore turistico.

OBERSCHWABEN

La zona LEADER Oberschwaben è caratterizzata da colline che si estendono su una vasta area del distretto di Sigmaringen. Il territorio vanta una tradizione agricola relativamente forte ed il 15% della popolazione attiva è impiegato nel settore agricolo e forestale. Il turismo, sebbene offra buone potenzialità, ha sinora svolto un ruolo relativamente limitato. La zona, che si estende su una superficie di 733 km², ha una popolazione di circa 85 000 abitanti con una densità demografica (118 abitanti/km²) relativamente bassa per la Germania. Vi è una forte tendenza dei giovani e dei lavoratori qualificati ad abbandonare la zona.

Elementi innovativi per il territorio

Coinvolgimento della popolazione e coesione sociale

- > Sono stati instaurati nuovi rapporti tra la cultura locale e il pubblico, tra i turisti e la popolazione della zona. I nuovi prodotti turistici hanno conquistato la fiducia di molti visitatori.
- > I Comuni hanno fatto nuove esperienze in materia di cooperazione intercomunale, assimilando inoltre i metodi correlati allo sviluppo di strategie congiunte.
- > Molti operatori hanno imparato a trasformare tradizioni semplici in prodotti a forte potere di richiamo.
- > Attualmente, i responsabili regionali sono più consapevoli delle potenzialità culturali e turistiche della Svevia Superiore. Oggi, molti abitanti conoscono meglio la loro regione e sono sempre più interessati a ciò che avviene nella zona. Il progetto ha perfezionato l'osservazione delle proprie e delle relative potenzialità sul piano economico.

Immagine del territorio

- > Migliore qualità del servizio turistico.
- > Netto miglioramento dell'immagine della regione che comincia ad avere una propria identità.
- > Riconoscimento a livello locale della cultura quale fattore di sviluppo.

Contattare

Emmanuel Frank
LEADER Oberschwaben
Leopoldstr. 4,
D-72488 Sigmaringen.
Tel.: +49-7571-102-354
Fax: +49-7571-102-540,
E-mail: emmanuel.frank@lrasig.lrasig.dbp.de

ALLEGATO 3

“Un’Europa rurale viva”
(Dichiarazione di Cork, novembre 1996)

Verso una politica integrata in materia di sviluppo rurale: la dichiarazione di Cork (novembre 1996)

La dichiarazione formulata nel corso della conferenza europea sullo sviluppo rurale ("Rural Europe - Future Perspectives"), organizzata a Cork dal 7 al 9 novembre 1996 nel quadro della presidenza irlandese dell'Unione europea, sintetizza ancora oggi i fondamenti di ciò che potrebbe essere tra alcuni anni una politica rurale integrata, ispirata al modello LEADER. Qui di seguito vengono riportate le proposte della dichiarazione in 10 punti:

Consapevole che le aree rurali - che ospitano un quarto della popolazione e rappresentano più dell'80% del territorio dell'Unione europea - sono caratterizzate da un tessuto culturale, economico e sociale particolare, da uno straordinario mosaico di attività e da una grande varietà di paesaggi (foreste e terre coltivate, siti naturali incontaminati, villaggi e piccole città, centri regionali, piccole imprese);

Convinta che le zone rurali e i loro abitanti rappresentano un'autentica ricchezza per l'Unione europea e del fatto che sono in grado di essere competitive;

Considerando che la maggior parte dell'Europa rurale è disseminata di terre agricole e foreste, che caratterizzano fortemente l'aspetto dei paesaggi europei; che l'agricoltura è e deve rimanere un tramite essenziale tra la popolazione e l'ambiente e che gli agricoltori sono chiamati ad essere custodi di gran parte delle risorse naturali del territorio rurale;

Ricordando che l'agricoltura e la silvicoltura non hanno più un ruolo di primo piano nelle economie dell'Europa, che il loro peso economico relativo è in costante calo e che lo sviluppo rurale deve pertanto interessare tutti i settori socioeconomici delle zone rurali;

Consacra del fatto che i cittadini europei sono sempre più attenti alla qualità della vita in generale e ai problemi relativi alla qualità, alla salute, alla sicurezza, allo sviluppo individuale e al tempo libero in particolare; che le zone rurali sono in una posizione privilegiata per soddisfare tali interessi, e che possiedono gli elementi favorevoli ad un modello autentico e moderno di sviluppo della qualità;

Riconoscendo che la politica agraria comune dovrà essere adeguata alle nuove realtà e alle nuove sfide poste dalle richieste e dall'orientamento dei consumatori, dall'evoluzione degli scambi internazionali e dal futuro ampliamento dell'Unione; che la transizione da un regime di sostegno dei prezzi ad un regime di sostegno diretto continuerà; che la PAC e il settore agricolo dovranno adeguarsi in conseguenza e che sarà necessario sostenere gli agricoltori nel processo di adeguamento e fornire loro chiare indicazioni per il futuro;

Prevedendo che la giustificazione dei pagamenti compensativi introdotti dalle riforme della PAC del 1992 sarà messa in discussione in misura crescente;

Persuasa che il concetto di sostegno finanziario pubblico allo sviluppo rurale, armonizzato con una corretta gestione delle risorse naturali e con la conservazione e il potenziamento della biodiversità e dei paesaggi culturali, è sempre più accettato;

Riconoscendo che, se da un lato le riforme della politica agraria comune e delle politiche europee di sviluppo rurale via via attuate hanno portato ad una maggior efficacia e trasparenza, d'altro lato si riscontrano incoerenze e duplicazioni e una crescente complessità giuridica;

Decisa a promuovere con ogni mezzo possibile la valorizzazione del potenziale locale per assicurare lo sviluppo sostenibile delle aree rurali e in particolare le iniziative private e collettive che si integrino nel contesto della globalizzazione dei mercati;

Annuncia il seguente programma di sviluppo rurale per l'Unione europea in dieci punti:

Punto 1 - Preferenza rurale

Lo sviluppo rurale sostenibile deve diventare una priorità dell'Unione europea nonché il fondamento di ogni politica rurale nell'immediato futuro e dopo l'ampliamento. Obiettivo della politica rurale deve essere di arginare l'esodo rurale, combattere la povertà, promuovere l'occupazione e le pari opportunità e rispondere alle crescenti richieste in materia di qualità, salute, sicurezza, sviluppo personale e tempo libero nonché migliorare il benessere delle popolazioni rurali. L'esigenza di preservare e migliorare la qualità dell'ambiente rurale deve essere integrata in tutte le politiche comunitarie che possono avere attinenza allo sviluppo rurale. Occorre una ripartizione più equilibrata della spesa pubblica, degli investimenti per infrastrutture e per servizi di istruzione, sanità e comunicazioni tra le aree rurali e quelle urbane. Una quota sempre maggiore delle risorse disponibili deve essere impiegata per promuovere lo sviluppo rurale e per raggiungere gli obiettivi ambientali.

Punto 2 - Approccio integrato

La politica di sviluppo rurale deve essere multidisciplinare nell'ideazione e multisettoriale nell'applicazione e possedere una spiccata dimensione territoriale. Essa deve essere applicata a tutte le aree rurali dell'Unione, rispettando il principio della concentrazione tramite una differenziazione del cofinanziamento per le aree più bisognose. Deve basarsi su un approccio integrato, che comprenda nello stesso quadro giuridico l'adeguamento e lo sviluppo dell'agricoltura, la diversificazione economica - in particolare le piccole e medie imprese e i servizi rurali -, la gestione delle risorse naturali, il potenziamento delle funzioni ambientali e la promozione della cultura, del turismo e delle attività ricreative.

Punto 3 - Diversificazione

Il sostegno alla diversificazione delle attività socioeconomiche deve basarsi sulla creazione di dispositivi in favore di iniziative private e collettive capaci di svilupparsi autonomamente: investimenti, assistenza tecnica, servizi alle imprese, infrastrutture adeguate, istruzione, formazione, diffusione dei progressi delle tecnologie dell'informazione, potenziamento del ruolo delle piccole città come parte integrante delle aree rurali e come fattore chiave di sviluppo, promozione di comunità rurali sostenibili e ristrutturazione dei villaggi.

Dichiarazione di Cork

Punto 4 - Sostenibilità

Le politiche devono promuovere uno sviluppo rurale che tuteli la qualità e l'amenità dei paesaggi rurali europei (risorse naturali, biodiversità e identità culturale) così che il loro sfruttamento da parte della generazione attuale non comprometta le prospettive delle generazioni future. Nelle azioni a livello locale dobbiamo essere consapevoli delle nostre responsabilità globali.

Punto 5 - Sussidiarietà

Considerata la diversità delle aree rurali dell'Unione, la politica di sviluppo rurale deve seguire il principio della sussidiarietà. Deve essere il più possibile decentrata e basata sul partenariato e sulla cooperazione tra tutti i livelli considerati (locale, regionale, nazionale ed europeo). Particolare importanza deve essere attribuita alla partecipazione e alle iniziative che provengono dalla base (approccio bottom-up), stimolando la creatività e la solidarietà delle comunità rurali. Lo sviluppo rurale deve svolgersi su base locale e deve essere condotto dalle collettività rurali, nell'ambito di un contesto europeo coerente.

Punto 6 - Semplificazione

La politica di sviluppo rurale, segnatamente la sua componente agricola, necessita di una radicale semplificazione della legislazione. Se da un lato una razionalizzazione della PAC è da escludere, dall'altro occorre una maggiore coerenza delle azioni attualmente realizzate attraverso una molteplicità di canali distinti, una legislazione comunitaria limitata alle regole e procedure generali, un maggior grado di sussidiarietà nelle decisioni, il decentramento dell'attuazione e, in generale, più flessibilità.

Punto 7 - Programmazione

L'attuazione dei programmi di sviluppo rurale deve basarsi su procedure coerenti e trasparenti, integrate in un unico programma di sviluppo rurale per ciascuna regione e in un unico strumento per lo sviluppo rurale sostenibile.

Punto 8 - Finanziamento

Va incoraggiato l'impiego di risorse finanziarie locali per promuovere i progetti di sviluppo rurale a livello locale, nonché il ricorso all'ingegneria finanziaria nelle operazioni di credito rurale, allo scopo di mobilitare meglio le sinergie tra finanziamento pubblico e privato, ridurre gli ostacoli finanziari per le piccole e medie imprese, promuovere gli investimenti produttivi e diversificare l'economia rurale. Occorre inoltre incoraggiare una maggiore partecipazione del settore bancario (pubblico e privato) e di altri intermediari.

Punto 9 - Gestione

Devono essere potenziate la capacità amministrativa e l'efficienza delle autorità regionali e locali e dei gruppi locali, utilizzando, se del caso, strumenti quali l'assistenza tecnica, la formazione, migliori mezzi di comunicazione, il partenariato, la diffusione della ricerca e dell'informazione e lo scambio di esperienze nel contesto di reti che colleghino le regioni e le comunità rurali in tutta Europa.

Punto 10 - Valutazione e ricerca

È necessario potenziare il monitoraggio, la valutazione e l'analisi dei risultati per garantire la trasparenza delle procedure e il corretto impiego del denaro pubblico per stimolare la ricerca e l'innovazione e consentire lo svolgersi di un dibattito pubblico che si avvalga di un livello di informazione adeguato. Tutti gli attori interessati non solo devono essere consultati nelle fasi di programmazione e attuazione, ma devono essere invitati a partecipare alle operazioni di sorveglianza e di valutazione.

Conclusioni

Noi, partecipanti alla Conferenza europea sullo sviluppo rurale riuniti a Cork, chiediamo ai governanti europei di:

- > sensibilizzare la popolazione sull'importanza di dare un nuovo avvio alla politica di sviluppo rurale;
- > aumentare la capacità di attrazione delle zone rurali per le persone e le attività economiche, perché possano diventare centri di una vita più ricca per una sempre crescente varietà di popolazione di ogni età e categoria;
- > sostenere il presente programma in dieci punti e cooperare come partner alla realizzazione di tutti i suoi obiettivi, che sono sintetizzati nella presente dichiarazione;
- > svolgere un ruolo attivo nel promuovere lo sviluppo rurale sostenibile in un contesto internazionale.

9 novembre 1996

ALLEGATO 4

*Decisione del Consiglio
del 20 febbraio 2006
relativa agli orientamenti strategici
comunitari per lo sviluppo rurale
(periodo di programmazione 2007-2013)*

II

(Atti per i quali la pubblicazione non è una condizione di applicabilità)

CONSIGLIO

DECISIONE DEL CONSIGLIO

del 20 febbraio 2006

relativa agli orientamenti strategici comunitari per lo sviluppo rurale (periodo di programmazione 2007-2013)

(2006/144/CE)

IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,

visto il regolamento (CE) n. 1698/2005 del Consiglio, del 20 settembre 2005, sul sostegno dello sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) ⁽¹⁾, in particolare l'articolo 9, paragrafo 2, prima frase,

vista la proposta dalla Commissione,

visto il parere del Parlamento europeo ⁽²⁾,

considerato quanto segue:

(1) L'articolo 9, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 1698/2005 prevede l'adozione, a livello comunitario, di orientamenti strategici in materia di sviluppo rurale per il periodo di programmazione che va dal 1° gennaio 2007 al 31 dicembre 2013, allo scopo di fissare le priorità dello sviluppo rurale.

(2) Gli orientamenti strategici dovrebbero riflettere il ruolo multifunzionale che l'attività agricola svolge in termini di ricchezza e diversità dei paesaggi, di prodotti alimentari e di retaggio culturale e naturale.

(3) Tali orientamenti strategici dovrebbero individuare i settori di interesse per la realizzazione delle priorità comunitarie, in particolare in relazione agli obiettivi di sostenibilità di Göteborg e alla strategia di Lisbona rinnovata per la crescita e l'occupazione, fissati rispettivamente dal Consiglio europeo di Göteborg (15 e 16 giugno 2001) e di Salonicco (20 e 21 giugno 2003).

(4) Sulla base degli orientamenti strategici, ciascuno Stato membro dovrebbe elaborare la propria strategia nazionale di sviluppo rurale, che costituirà il quadro di riferimento per la preparazione dei programmi di sviluppo rurale,

DECIDE:

Articolo unico

Gli orientamenti strategici comunitari per lo sviluppo rurale (periodo di programmazione 2007-2013) figuranti in allegato, sono adottati.

Fatto a Bruxelles, addì 20 febbraio 2006.

Per il Consiglio
Il presidente
J. PRÖLL

⁽¹⁾ GU L 277 del 21.10.2005, pag. 1.

⁽²⁾ Non ancora pubblicato nella Gazzetta ufficiale.

ALLEGATO

Orientamenti strategici comunitari per lo sviluppo rurale (periodo di programmazione 2007-2013)

1. INTRODUZIONE

Il nuovo regolamento (CE) n. 1698/2005 definisce le finalità e il campo di applicazione del sostegno erogato dal FEASR. Gli orientamenti strategici individuano in questo contesto i settori di interesse per la realizzazione delle priorità comunitarie, in particolare in relazione agli obiettivi di sostenibilità fissati dal Consiglio europeo di Göteborg e alla luce della strategia di Lisbona rinnovata per la crescita e l'occupazione.

Gli orientamenti strategici comunitari per lo sviluppo rurale serviranno a:

- individuare e definire di comune accordo i settori in cui l'erogazione del sostegno UE a favore dello sviluppo rurale crea il maggior valore aggiunto a livello UE.
- correlarsi alle principali priorità dell'Unione (Lisbona, Göteborg) e dar loro un'attuazione concreta nella politica dello sviluppo rurale.
- garantire la coerenza con le altre politiche dell'Unione, in particolare con le politiche della coesione e dell'ambiente.
- accompagnare l'attuazione della nuova politica agricola comune (PAC) orientata al mercato e la necessaria ristrutturazione sia nei nuovi che nei vecchi Stati membri.

2. LO SVILUPPO RURALE E GLI OBIETTIVI COMUNITARI GENERALI

2.1. La PAC e lo sviluppo rurale

L'agricoltura continua ad essere la principale utilizzatrice dei terreni rurali e a costituire un fattore determinante per la qualità dello spazio rurale e dell'ambiente. Con il recente allargamento dell'Unione europea l'importanza e la pertinenza della PAC e dello sviluppo rurale sono indubbiamente aumentate.

Senza i due pilastri della PAC, vale a dire le politiche di mercato e di sviluppo rurale, molte zone rurali dell'Europa dovrebbero affrontare problemi economici, sociali e ambientali sempre più gravi. Il modello agricolo europeo riflette il ruolo multifunzionale che l'attività agricola svolge in termini di ricchezza e diversità dei paesaggi, di prodotti alimentari e di retaggio culturale e naturale⁽¹⁾.

I principi guida della PAC, ossia il mercato e le politiche di sviluppo rurale, sono stati enunciati dal Consiglio europeo di Göteborg (15 e 16 giugno 2001). In base alle sue conclusioni, una forte crescita economica deve andare di pari passo con un utilizzo sostenibile delle risorse naturali e una produzione di rifiuti che siano sostenibili, salvaguardando la biodiversità, preservando gli ecosistemi ed evitando la desertificazione. Per far fronte a queste sfide la PAC e il suo sviluppo futuro dovrebbero contribuire, tra gli obiettivi, a realizzare uno sviluppo sostenibile ponendo maggiore enfasi sulla promozione di prodotti sani e di qualità elevata, di metodi produttivi sostenibili dal punto di vista ambientale, incluse la produzione biologica, le materie prime rinnovabili e la tutela della biodiversità.

Tali principi guida sono stati confermati nelle conclusioni sulla strategia di Lisbona del Consiglio europeo di Salonicco (20 e 21 giugno 2003). La nuova PAC e lo sviluppo rurale possono dare un contributo determinante alla competitività e allo sviluppo sostenibile nei prossimi anni.

⁽¹⁾ Conclusioni dei Consigli europei di Lussemburgo (12 e 13 dicembre 1997), Berlino (24 e 25 marzo 1999) e Bruxelles (24 e 25 ottobre 2002).

2.2. Verso un'agricoltura sostenibile: le riforme della PAC del 2003 e del 2004

Le riforme della PAC del 2003 e del 2004 rappresentano due tappe fondamentali sulla via del miglioramento della competitività e dello sviluppo sostenibile dell'attività agricola nell'Unione europea e tracciano il quadro di riferimento delle riforme future. Le riforme successive hanno contribuito alla competitività dell'agricoltura europea riducendo le garanzie di sostegno dei prezzi e incoraggiando l'adeguamento strutturale. L'introduzione dei pagamenti diretti disaccoppiati incoraggia i produttori a reagire ai segnali del mercato conseguenti alla domanda dei consumatori, anziché a contare su incentivi legati alla quantità. Le norme della condizionalità, che includono gli aspetti ambientali, la sicurezza alimentare, la salute e il benessere degli animali, rafforzano la fiducia dei consumatori e la sostenibilità ambientale dell'attività agricola.

2.3. Sviluppo rurale 2007-2013

La futura politica dello sviluppo rurale si incentra su tre aree principali: l'economia della produzione agroalimentare, l'ambiente e l'economia rurale e la popolazione nelle zone rurali. La nuova generazione di strategie e programmi di sviluppo rurale sarà imperniata intorno a quattro assi: asse 1: miglioramento della competitività del settore agricolo e forestale; asse 2: miglioramento dell'ambiente e dello spazio rurale; asse 3: qualità della vita nelle zone rurali e diversificazione dell'economia rurale; asse 4: Leader.

L'asse 1 comprende tutta una serie di misure mirate al capitale umano e fisico nei settori agroalimentare e forestale (promozione del trasferimento di conoscenze e innovazione) e alla produzione di qualità. L'asse 2 contempla misure mirate alla protezione e al rafforzamento delle risorse naturali, alla preservazione dell'attività agricola e dei sistemi forestali ad elevata valenza naturale, nonché dei paesaggi culturali delle zone rurali europee. L'asse 3 intende sviluppare le infrastrutture locali e il capitale umano nelle zone rurali per migliorare le condizioni della crescita e della creazione di posti di lavoro in tutti i settori e inoltre la diversificazione delle attività economiche. L'asse 4 basato sull'esperienza Leader apre possibilità di governance innovativa, basata su un approccio locale allo sviluppo rurale partecipativo.

2.4. Raccogliere le sfide

Le zone rurali sono caratterizzate da situazioni affatto diverse tra loro, come lo spopolamento che colpisce le zone più isolate e il declino delle aree periurbane che risentono della crescente pressione esercitata dai centri urbani.

Secondo la definizione dell'OCSE, basata sulla densità di popolazione, le zone rurali⁽¹⁾ rappresentano il 92 % del territorio dell'UE. Inoltre il 19 % della popolazione vive in zone prevalentemente rurali e il 37 % in zone significativamente rurali. Queste zone producono il 45 % del valore aggiunto lordo (VAL) dell'UE e forniscono il 53 % dei posti di lavoro, ma tendono a essere in ritardo per una serie di indicatori socioeconomici rispetto alle zone non rurali, inclusi gli indicatori strutturali. Nelle zone rurali il reddito pro capite è circa di un terzo più basso⁽²⁾, con tassi di attività femminile anch'essi inferiori, il settore dei servizi è meno sviluppato. Istruzione superiore è generalmente meno diffusa ed una percentuale inferiore di famiglie ha accesso ad Internet in banda larga. In alcune regioni rurali i problemi più acuti sono quelli della lontananza e della perifericità. Questi svantaggi tendono ad essere acuiti nelle regioni prevalentemente rurali, benché la situazione generale a livello UE presenti notevoli variazioni da Stato membro a Stato membro. Un problema che colpisce particolarmente le donne e i giovani nelle aree rurali più remote è quello della mancanza di opportunità, di contatti e di infrastrutture formative.

L'allargamento ha ridisegnato la cartina dell'agricoltura europea. Nei vecchi Stati membri l'agricoltura rappresenta il 2 % del PIL, nei nuovi Stati membri il 3 % e oltre il 10 % in Romania e in Bulgaria. Nei nuovi Stati membri la quota di occupazione nel settore dell'agricoltura è di tre volte superiore (12 %) rispetto ai vecchi Stati membri (4 %), mentre in Bulgaria e in Romania è molto più elevata.

Il settore agricolo e agroalimentare europeo rappresentano insieme una porzione considerevole dell'economia dell'UE, con 15 milioni di posti di lavoro (8,3 % dell'occupazione totale) e il 4,4 % del PIL. L'UE è il primo produttore mondiale di prodotti alimentari (comprese le bevande), con una produzione complessiva stimata a 675 miliardi di EUR, ma si tratta di un settore che permane altamente polarizzato e frammentato in termini di dimensioni, con grandi opportunità, ma anche grossi rischi per le aziende. Il settore forestale e le attività connesse alla silvicoltura danno lavoro a 3,4 milioni di persone circa, con una cifra d'affari pari a 350 miliardi di EUR, ma attualmente si sfrutta solo il 60 % dell'accrescimento forestale annuo.

⁽¹⁾ La definizione dell'OCSE si basa sulla percentuale di popolazione che vive in comuni rurali (ossia con meno di 150 abitanti per km²) in una data regione NUTS III. Cfr. Valutazione di impatto estesa SEC(2004) 931. Questa è la sola definizione di zone rurali riconosciuta a livello internazionale. Tuttavia, in certi casi essa non tiene del tutto conto della popolazione che vive in zone rurali a più elevata densità di popolazione, in particolare nelle zone periurbane. Nel contesto di questi orientamenti viene utilizzata esclusivamente a fini statistici e descrittivi.

⁽²⁾ Misurato in PIL a parità di potere d'acquisto.

L'agricoltura e la silvicoltura rappresentano il 77 % dell'utilizzazione del territorio nell'UE. Negli ultimi anni l'efficacia ambientale dell'agricoltura in termini di preservazione e rafforzamento delle risorse naturali è stata disomogenea. Per quanto riguarda la qualità dell'acqua, dal 1990 ad oggi l'eccesso totale di azoto è leggermente diminuito nella maggior parte dei vecchi Stati membri, anche se alcuni paesi e regioni sono ancora sottoposti alla pressione di una notevole lisciviazione delle sostanze nutritive. In molte zone persistono problemi quali le emissioni di ammoniaca, l'eutrofizzazione, il degrado dei terreni e la perdita di biodiversità. Va detto però anche che una porzione crescente di terreni agricoli viene destinata alla produzione biologica (5,4 milioni di ettari nell'UE) e alle risorse rinnovabili (si stimano a 1,4 milioni di ettari quelli adibiti alla produzione di energia nel 2004 a 0,3 milioni di ettari quelli che hanno fruito del premio alle colture energetiche e a 0,6 milioni di ettari quelli su terreni ritirati dalla produzione). Le tendenze a lungo termine del cambiamento climatico avranno un influsso sempre più determinante sui modelli di attività agricola e silvicola. La tutela della biodiversità ha compiuto progressi grazie all'attuazione di Natura 2000, che ha permesso di designare circa il 12-13 % della superficie agricola e forestale. I sistemi di conduzione agricola ad elevata valenza naturale hanno un ruolo di prim'ordine nella preservazione della biodiversità e degli habitat, così come nella protezione dell'ambiente e della qualità dei suoli. Nella maggior parte degli Stati membri questo tipo di gestione agricola occupa dal 10 % al 30 % della superficie agricola, mentre in alcune zone l'abbandono dell'agricoltura potrebbe comportare gravi rischi ambientali.

Nei prossimi anni le zone rurali dovranno quindi fare i conti con i problemi legati alla crescita, all'occupazione e alla sostenibilità. Ma non vanno dimenticate le opportunità concrete che offrono, in termini di potenziale di crescita in nuovi settori come il turismo e le attività ricreative in ambiente rurale, né l'attrattiva che esercitano come posto dove stabilirsi per vivere e lavorare, né infine il loro ruolo di serbatoio di risorse naturali e ad elevata valenza paesaggistica.

Il settore agroalimentare deve cogliere le opportunità che gli vengono offerte dai nuovi approcci, dalle nuove tecnologie e dall'innovazione per adeguarsi alla mutata domanda del mercato, sia a livello europeo che a livello globale. Più di ogni cosa saranno gli investimenti nelle risorse chiave costituite dal capitale umano a permettere alle zone rurali e al settore agroalimentare di guardare al futuro con fiducia.

In occasione del rilancio della strategia di Lisbona, il Consiglio europeo ha riaffermato che essa si colloca nel contesto più ampio dello sviluppo sostenibile secondo cui occorre soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri (¹). Il nuovo periodo di programmazione rappresenta un'opportunità unica per rifocalizzare sulla crescita, sull'occupazione e sulla sostenibilità il sostegno erogato dal FEASR, del tutto in linea con la Dichiarazione sui principi guida dello sviluppo sostenibile (²) e il nuovo programma d'azione di Lisbona, che intende destinare le risorse a migliorare l'attrattiva dell'Europa come luogo in cui investire e lavorare, a stimolare la conoscenza e l'innovazione al servizio della crescita e a creare nuovi e migliori posti di lavoro.

La politica dello sviluppo rurale deve aiutare le zone rurali a raggiungere questi obiettivi nel periodo 2007-2013. Per questo è necessario un approccio più strategico alla competitività, alla creazione di posti di lavoro e all'innovazione nelle zone rurali e una governance migliore dell'attuazione dei programmi. Nei settori agricolo e forestale occorre puntare maggiormente su investimenti lungimiranti nel capitale umano, nella conoscenza e nei capitali, cercando nuove strade per conseguire servizi ambientali vantaggiosi per tutti e per creare posti di lavoro migliori e più numerosi attraverso la diversificazione, con particolare riguardo per le donne e i giovani. Aiutando le zone rurali dell'UE ad esprimere appieno la loro attrattiva potenziale di luogo dove investire, vivere e lavorare, la politica dello sviluppo rurale può fare la sua parte nel processo di sviluppo sostenibile del territorio europeo.

3. INDIVIDUARE LE PRIORITÀ DELLO SVILUPPO RURALE COMUNITARIO NEL PERIODO DI PROGRAMMAZIONE 2007-2013

Tra gli obiettivi fissati dal regolamento (CE) n. 1698/2005, gli orientamenti strategici di seguito riportati individuano le priorità comunitarie conformemente al suo articolo 9. Gli orientamenti sono destinati ad integrare le principali priorità politiche definite nelle conclusioni dei Consigli europei di Göteborg e Lisbona. Per ogni serie di priorità sono presentate azioni chiave illustrative. Sulla base di tali orientamenti strategici gli Stati membri elaboreranno la propria strategia nazionale quale quadro di riferimento per l'elaborazione dei programmi di sviluppo rurale.

⁽¹⁾ Conclusioni della presidenza del Consiglio europeo di Bruxelles (22 e 23 marzo 2005).

⁽²⁾ Conclusioni della presidenza del Consiglio europeo di Bruxelles (16 e 17 giugno 2005).

Le risorse che saranno destinate alle priorità comunitarie dello sviluppo rurale (nei limiti regolamentari minimi di finanziamento per ogni asse) dipenderanno dalla situazione particolare, dai punti di forza e di debolezza e dalle possibilità dei settori compresi nel programma. Ogni priorità comunitaria, con il suo contributo agli obiettivi di Lisbona e di Göteborg, dovrà riflettersi, a livello di Stato membro, nel piano strategico nazionale e nei programmi di sviluppo rurale. In molti casi ci saranno priorità nazionali o regionali per problemi specifici legati alla catena agroalimentare, oppure alla situazione ambientale, climatica e geografica dell'agricoltura e delle foreste. Le zone rurali dovranno probabilmente far fronte anche ad altri problemi specifici, come la pressione periurbana, la disoccupazione, la lontananza o la bassa densità di popolazione.

3.1. Miglioramento della competitività dei settori agricolo e forestale

Orientamento strategico comunitario

I settori europei dell'agricoltura, della silvicoltura e della trasformazione alimentare hanno un forte potenziale di ulteriore sviluppo di prodotti di alta qualità e di elevato valore aggiunto, rispondenti alla domanda crescente e diversificata dei consumatori europei e dei mercati mondiali.

Le risorse destinate all'asse 1 dovrebbero contribuire a creare un settore agroalimentare europeo forte e dinamico, incentrato sulle priorità del trasferimento delle conoscenze, della modernizzazione, dell'innovazione e della qualità nella catena alimentare e sui settori prioritari degli investimenti nel capitale umano e naturale.

Per concretizzare tali priorità gli Stati membri sono incoraggiati a sostenere azioni chiave. Tali azioni chiave potrebbero comprendere:

- i) la ristrutturazione e la modernizzazione del settore agricolo, che continuano a svolgere un ruolo importante nello sviluppo di molte zone rurali, in particolare nei nuovi Stati membri. L'allargamento ha ridisegnato la cartina dell'agricoltura europea, cosicché la riuscita dell'adeguamento del settore dell'agricoltura può essere la chiave per migliorare la competitività e la sostenibilità ambientale del settore agricolo e per rafforzare l'occupazione e la crescita del resto dell'economia. Ciò comprende la promozione di un adeguamento anticipato ai cambiamenti del settore agricolo nell'ambito della ristrutturazione nonché la modernizzazione e lo sviluppo di un approccio proattivo alla formazione e alla riconversione degli addetti dell'agricoltura, con particolare attenzione per le competenze trasferibili;
- ii) migliorare l'integrazione nella catena agroalimentare. Il settore alimentare europeo è uno dei più competitivi e innovativi del mondo, ma deve fare i conti con la crescente concorrenza a livello globale. L'economia rurale presenta ampie potenzialità che le consentono di creare e commercializzare nuovi prodotti, di conservare nelle zone rurali maggiori ricchezze attraverso i sistemi di qualità e di migliorare l'immagine dei prodotti europei oltre i confini dell'Europa. Il ricorso ai servizi di consulenza e di assistenza per ottemperare ai requisiti comunitari contribuirà al successo di questo processo di integrazione. Un settore agricolo orientato al mercato consentirà di consolidare ulteriormente la posizione di principale datore di lavoro e importante motore di crescita economica del settore agroalimentare europeo;
- iii) agevolare l'innovazione e l'accesso alla ricerca e sviluppo (R&S). L'innovazione è sempre più importante per i settori europei dell'agricoltura, dell'agroalimentare e della silvicoltura. Rispetto alle grandi aziende agroalimentari europee che spesso sono all'avanguardia in fatto di nuove tendenze, l'introduzione di nuovi prodotti e procedimenti potrebbe contribuire in misura significativa a migliorare i risultati di aziende agricole ed industrie di trasformazione più piccole. In particolare nuove forme di cooperazione potrebbero agevolare l'accesso alla R&S, all'innovazione e alle azioni realizzate nell'ambito del settimo programma quadro (¹);
- iv) incoraggiare l'adozione e la diffusione delle tecnologie di informazione e comunicazione (TIC). È indubbio il ritardo dell'intero settore agroalimentare nell'adozione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, in particolare nel caso delle piccole imprese. L'adozione delle applicazioni del commercio elettronico rimane bassa se si eccettuano le grandi multinazionali e i loro principali fornitori. Il Fondo per lo sviluppo rurale dovrebbe pertanto completare le future iniziative della Commissione, come l'iniziativa i2010, nel campo del commercio elettronico (con particolare riguardo alle piccole e medie imprese), dell'acquisizione di competenze digitali (e-skills) e dell'apprendimento in linea (e-learning);

⁽¹⁾ In questo contesto sarebbe opportuno tener conto anche dell'attività del comitato permanente per la ricerca agricola.

- v) stimolare un'imprenditorialità dinamica. Le riforme recenti hanno conferito all'agricoltura europea un orientamento al mercato che apre nuove opportunità alle aziende agricole, ma la realizzazione di questo potenziale economico dipenderà dallo sviluppo di competenze strategiche e organizzative. Incoraggiare l'accesso alla professione ai giovani agricoltori può svolgere un ruolo importante a tale riguardo;
- vi) sviluppo di nuovi sbocchi per i prodotti agricoli e silvicolari. Nuovi sbocchi possono significare maggiore valore aggiunto, in particolare per i prodotti di qualità. Sostenere gli investimenti e la formazione nel campo della produzione per fini non alimentari, nell'ambito dello sviluppo rurale, può completare le misure adottate dal primo pilastro con la creazione di nuovi sbocchi innovativi per la produzione o promuovendo lo sviluppo di materiali energetici rinnovabili, di biocarburanti e di capacità di trasformazione;
- vii) migliorare le prestazioni ambientali dell'agricoltura e della silvicoltura. La sostenibilità a lungo termine dipenderà dalla capacità del settore di produrre nel rispetto di rigorose norme ambientali i prodotti che i consumatori vogliono comprare. Anche gli investimenti destinati a migliorare tali prestazioni ambientali possono sfociare in una maggiore efficienza della produzione, creando benefici reciproci a vantaggio di tutti;

Per promuovere il rinnovo generazionale nel settore agricolo si possono prendere in esame associazioni di misure, tra quelle contemplate dall'asse 1, adattandole alle esigenze dei giovani agricoltori.

3.2. Migliorare l'ambiente e le zone di campagna

Orientamento strategico comunitario

Per tutelare e rafforzare le risorse naturali dell'UE e i paesaggi nelle zone rurali, le risorse destinate all'asse 2 dovrebbero contribuire in tre aree prioritarie a livello comunitario: la biodiversità e la preservazione e lo sviluppo dell'attività agricola e di sistemi forestali ad elevata valenza naturale e dei paesaggi agrari tradizionali; il regime delle acque e il cambiamento climatico.

Le misure contemplate dall'asse 2 dovranno servire al conseguimento di questi obiettivi ambientali e all'attuazione della rete agricola e forestale Natura 2000, al mantenimento dell'impegno assunto a Göteborg di invertire il declino della biodiversità entro il 2010, agli obiettivi della direttiva 2000/60/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 ottobre 2000, che istituisce un quadro per l'azione comunitaria in materia di acque⁽¹⁾, e a quelli del protocollo di Kyoto per la mitigazione del cambiamento climatico.

Per concretizzare tali priorità gli Stati membri sono incoraggiati a sostenere azioni chiave. Tali azioni chiave potrebbero comprendere:

- promuovere servizi ambientali e pratiche agricole e zootecniche rispettose degli animali. I cittadini europei si aspettano che gli agricoltori rispettino una serie di norme obbligatorie, ma molti ritengono anche che sia opportuno ricompensare gli agricoltori che sottoscrivono impegni più ampi, procurando servizi che il mercato non sarebbe in grado di offrire da solo, in particolare se tali servizi riguardano risorse specifiche particolarmente importanti nell'ambito dell'agricoltura e della silvicoltura, come l'acqua e il suolo;
- conservare il paesaggio agricolo e le foreste. In Europa gran parte del prezioso ambiente rurale è stato plasmato dall'agricoltura. Pratiche di gestione sostenibile del territorio possono aiutare a ridurre i rischi connessi all'abbandono, alla desertificazione e agli incendi forestali, in particolare nelle zone svantaggiate. Pratiche agricole appropriate permettono di conservare i paesaggi e gli habitat, come le zone umide, le praterie e i pascoli di montagna. In molte regioni si tratta di un cospicuo patrimonio culturale e naturale, grazie al quale le zone rurali esercitano una forte attrattiva come luoghi in cui vivere e lavorare;

⁽¹⁾ GU L 327 del 22.12.2000, pag. 1. Direttiva modificata dalla decisione n. 2455/2003/CE (GU L 331 del 15.12.2001, pag. 1).

- combattere il cambiamento climatico. L'agricoltura e la silvicoltura si trovano in prima fila nel processo di sviluppo di energie rinnovabili e di materie prime per la filiera bioenergetica. Pratiche agricole e silvicole appropriate possono contribuire alla riduzione delle emissioni di gas serra e alla salvaguardia dell'effetto di deposito di carbonio, svolto dalle foreste, e delle sostanze organiche nella composizione del terreno e possono inoltre agevolare l'adeguamento all'impatto dei cambiamenti climatici;
- consolidare il contributo dell'agricoltura biologica. L'agricoltura biologica rappresenta un approccio globale all'agricoltura sostenibile per cui è opportuno rafforzare il suo contributo agli obiettivi di tutela dell'ambiente e del benessere degli animali;
- incoraggiare le iniziative ambientali/economiche che procurano benefici reciproci. La produzione di beni ambientali, in particolare attraverso le misure agroambientali, può rafforzare l'identità delle zone rurali e dei loro prodotti alimentari e costituire la base per la crescita e l'occupazione generate dal turismo e dalla ricettività sviluppata nelle zone rurali, in particolare se legata alla diversificazione delle attività nel turismo, nell'artigianato, nella formazione o nel comparto non alimentare;
- promuovere l'equilibrio territoriale. I programmi di sviluppo rurale possono dare un contributo di prim'ordine all'attrattiva delle zone rurali e contribuire a mantenere un equilibrio sostenibile tra zone urbane e zone rurali nell'ambito di un'economia competitiva e basata sulla conoscenza. Combinate con altri assi del programma, le misure di gestione territoriale possono dare un contributo positivo alla distribuzione nello spazio dell'attività economica e alla coesione territoriale.

3.3. Migliorare la qualità della vita nelle zone rurali e promuovere la diversificazione dell'economia rurale

Orientamento strategico comunitario

Le risorse destinate alla diversificazione dell'economia rurale e alla qualità della vita nelle zone rurali nell'ambito dell'asse 3 dovrebbero contribuire alla priorità assoluta rappresentata dalla creazione di posti di lavoro e delle condizioni per la crescita. Le varie misure disponibili dell'asse 3 dovrebbero essere sfruttate in particolare per promuovere lo sviluppo delle capacità, l'acquisizione di competenze e l'organizzazione mirata allo sviluppo di strategie locali oltre che alla conservazione dell'attrattiva delle zone rurali per le generazioni future. Nel promuovere la formazione, l'informazione e l'imprenditorialità occorre tener conto in particolare delle esigenze delle donne, dei giovani e dei lavoratori anziani.

Per concretizzare tali priorità gli Stati membri sono incoraggiati a sostenere azioni chiave. Tali azioni chiave potrebbero comprendere:

- incrementare i tassi di attività e di occupazione nell'economia rurale globalmente. La diversificazione è necessaria per la crescita, l'occupazione e lo sviluppo sostenibile nelle zone rurali e contribuisce a migliorare l'equilibrio territoriale, in termini economici e sociali. Il turismo, l'artigianato e l'offerta di attività ricreative nelle zone rurali sono tutti settori in crescita in molte regioni e offrono potenzialità per la diversificazione dello sfruttamento all' fuori dell'agricoltura e lo sviluppo di microimprese nel contesto più ampio dell'economia rurale;
- incoraggiare l'ingresso delle donne nel mercato del lavoro. In molte zone rurali strutture di assistenza all'infanzia inadeguate creano barriere specifiche. Le iniziative locali miranti a sviluppare servizi per l'infanzia possono migliorare le opportunità di accesso delle donne al mercato del lavoro. Si pensi ad esempio alla creazione di infrastrutture per la custodia dei bambini, eventualmente combinate ad iniziative volte a incoraggiare la creazione di piccole imprese connesse alle attività rurali e ai servizi locali;
- ridare slancio ai paesi. Iniziative integrate che combinino diversificazione, creazione di imprese, investimenti nel patrimonio culturale, infrastrutture per i servizi locali e rinnovamento possono contribuire a migliorare sia le prospettive economiche che la qualità della vita;

- iv) sviluppare le microimprese e l'artigianato sfruttando competenze tradizionali o introducendo competenze nuove, in particolare attraverso l'acquisto di attrezzature, la formazione e l'accompagnamento, per aiutare a promuovere l'imprenditorialità e a sviluppare il tessuto economico;
- v) insegnare ai giovani le competenze necessarie alla diversificazione dell'economia locale può andare incontro alla domanda di turismo, di attività ricreative, di servizi ambientali, di pratiche rurali tradizionali e di prodotti di qualità;
- vi) incoraggiare l'adozione e la diffusione delle TIC. L'adozione e la diffusione delle TIC è fondamentale per la diversificazione nelle zone rurali, come ai fini dello sviluppo locale è indispensabile disporre di servizi locali e promuovere la e-inclusione. Attraverso iniziative TIC nei paesi, che combinano la disponibilità, nell'ambito di strutture comunitarie, di attrezzature informatiche e di attrezzature per la messa in rete e per lo sviluppo delle competenze digitali, si possono realizzare economie di scala. Si tratta di iniziative in grado di agevolare decisamente l'adozione di attrezzature informatiche e il ricorso al commercio elettronico da parte delle aziende agricole e delle imprese rurali. Occorre sfruttare pienamente le possibilità offerte dalle comunicazioni via Internet e dalla banda larga, ad esempio nell'ambito di programmi regionali finanziati dai Fondi strutturali, per superare gli svantaggi legati alla posizione geografica;
- vii) sviluppare l'offerta e l'uso innovativo di fonti di energia rinnovabili per contribuire a creare nuovi sbocchi per i prodotti agricoli e silvicoli, ad offrire servizi locali e a diversificare l'economia rurale;
- viii) incoraggiare lo sviluppo del turismo. Il turismo è un importante motore di crescita in molte zone rurali e può mettere a frutto il patrimonio culturale e naturale. Un maggior ricorso alle TIC nel campo del turismo, ad esempio per prenotazioni, pubblicità, marketing e per l'ideazione dei servizi e delle attività ricreative può contribuire ad aumentare il numero di visitatori e la lunghezza dei soggiorni specialmente se vengono offerti collegamenti con strutture più piccole e si incoraggia l'agriturismo;
- ix) ammodernare l'infrastruttura locale, in particolare nei nuovi Stati membri. Nei prossimi anni saranno realizzati cospicui investimenti nelle principali infrastrutture delle telecomunicazioni, dei trasporti, dell'energia e dell'acqua. I Fondi strutturali offriranno un contributo ingente che spazia dalle reti transeuropee allo sviluppo di connessioni con le imprese o con i parchi scientifici. Per il pieno successo dell'effetto moltiplicatore in termini di posti di lavoro e di crescita, l'infrastruttura locale su piccola scala, finanziata nell'ambito dei programmi di sviluppo rurale, avrà un ruolo centrale nel collegare i suddetti ingenti investimenti alle strategie locali di diversificazione e sviluppo del potenziale agricolo e agroalimentare.

3.4. Costruire la capacità locale di occupazione e diversificazione

Orientamento strategico comunitario

Le risorse destinate all'asse 4 (Leader) dovrebbero contribuire a conseguire le priorità degli assi 1 e 2 e soprattutto dell'asse 3, ma sono anche determinanti per la priorità orizzontale del miglioramento della governance e per la mobilitazione del potenziale di sviluppo endogeno delle zone rurali.

Il sostegno nell'ambito dell'asse 4 offre la possibilità, nel contesto della costruzione di una strategia di sviluppo locale guidata dalla Comunità e basata sui bisogni e sui punti di forza locali, di combinare tutti e tre gli obiettivi, ossia la competitività, la tutela dell'ambiente e la qualità della vita attraverso la diversificazione. Grazie ad approcci integrati che coinvolgono gli agricoltori, gli addetti alla silvicoltura e gli altri attori rurali sarà possibile salvaguardare e migliorare il patrimonio culturale e naturale locale, aumentare la presa di coscienza e promuovere gli investimenti nelle specialità alimentari, nel turismo e nelle risorse ed energie rinnovabili.

Per concretizzare tali priorità gli Stati membri sono incoraggiati a sostenere azioni chiave. Tali azioni chiave potrebbero in particolare essere volte a:

- i) rafforzare le capacità di partenariati locali, l'animazione e l'acquisizione di competenze per mobilitare il potenziale locale;
- ii) promuovere il partenariato pubblico-privato. L'iniziativa Leader continuerà a svolgere un ruolo trainante nel suscitare approcci innovativi allo sviluppo rurale e nell'incoraggiare la collaborazione tra settore pubblico e settore privato;
- iii) promuovere la cooperazione e l'innovazione. Le iniziative locali come Leader e la promozione della diversificazione possono avere un ruolo centrale nel mettere le persone in contatto con nuove idee e nuovi approcci, nell'incoraggiare l'innovazione e l'imprenditorialità e promuovere l'inclusione e l'offerta di servizi locali. Le comunità in linea possono contribuire alla diffusione delle conoscenze, allo scambio di buone pratiche e all'innovazione relativa ai prodotti e ai servizi rurali;
- iv) migliorare la governance locale. L'iniziativa Leader può contribuire a sviluppare approcci innovativi per collegare tra loro l'agricoltura, la silvicoltura e l'economia locale contribuendo alla diversificazione dell'attività economica e rafforzando il tessuto socioeconomico delle zone rurali.

3.5. Assicurare la coerenza della programmazione

Orientamento strategico comunitario

Nel definire le strategie nazionali, gli Stati membri dovrebbero garantire la massima sinergia tra gli assi e all'interno di ogni asse, evitando potenziali contraddizioni. Se del caso, possono sviluppare approcci integrati. Essi potranno anche riflettere su come tener conto di altre strategie attuate a livello UE, come il piano di azione per l'agricoltura biologica, sull'impegno a fare un maggior uso delle fonti di energia rinnovabili⁽¹⁾, sulla necessità di elaborare una strategia dell'UE a medio e a lungo termine per lottare contro i cambiamenti climatici⁽²⁾ e sulla necessità di anticipare gli effetti probabili sull'attività agricola e silvicola, sulla strategia forestale dell'Unione europea e sul piano d'azione per le foreste (che possono contribuire al raggiungimento degli obiettivi della sostenibilità e nel contempo della crescita e dell'occupazione) e sulle priorità stabilite nel sesto programma comunitario di azione in materia di ambiente istituito dalla decisione n. 1600/2002/CE del Parlamento europeo e del Consiglio⁽³⁾, in particolare quelle caratterizzate dall'esigenza di strategie ambientali tematiche (protezione del terreno, protezione e conservazione dell'ambiente marino, uso sostenibile dei pesticidi, inquinamento dell'aria, ambiente urbano, uso sostenibile delle risorse e riciclaggio dei rifiuti).

Per migliorare la governance e l'attuazione delle politiche disponiamo di numerosi strumenti a livello dell'UE e degli Stati membri. Si può fare ricorso all'assistenza tecnica per costruire reti a livello europeo e nazionale per lo sviluppo rurale con la funzione di piattaforma di scambio di buone pratiche e di esperienze su tutti gli aspetti dell'ideazione, della gestione e dell'attuazione delle politiche tra le parti interessate. Per garantire il coinvolgimento tempestivo di tutti i vari attori sarà opportuno che nella preparazione delle strategie nazionali si prevedano attività di informazione e pubblicità da sviluppare per le fasi successive dell'attuazione.

3.6. Complementarità tra strumenti comunitari

Orientamento strategico comunitario

Occorre sviluppare le sinergie tra le politiche strutturali, la politica dell'occupazione e la politica dello sviluppo rurale. In questo contesto gli Stati membri hanno il compito di garantire la complementarità e la coerenza tra le azioni che saranno finanziate dal Fondo europeo di sviluppo regionale, dal Fondo di coesione, dal Fondo sociale europeo, dal Fondo europeo per la pesca e dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale in un dato territorio o in un dato settore di attività. I maggiori principi guida per tracciare una linea di demarcazione e i meccanismi di coordinamento tra le azioni finanziate dai vari Fondi dovrebbero essere definiti a livello del quadro strategico di riferimento nazionale e del piano strategico nazionale.

⁽¹⁾ Conclusioni della presidenza del Consiglio europeo di Bruxelles (25 e 26 marzo 2004).

⁽²⁾ Conclusioni della presidenza del Consiglio europeo di Bruxelles (22 e 23 marzo 2005).

⁽³⁾ GU L 242 del 10.9.2002, pag. 1.

Per gli investimenti nelle infrastrutture, un principio guida potrebbe essere quello dell'ampiezza dell'intervento. Ad esempio, per gli investimenti nel settore dei trasporti o in altre infrastrutture a livello dello Stato membro, regione o subregione sarebbe opportuno utilizzare gli strumenti della politica di coesione, mentre a livello squisitamente locale si dovrebbero usare i servizi di base previsti dall'asse 3 garantendo il nesso tra i livelli locale e regionale.

Per quanto riguarda lo sviluppo del capitale umano, i finanziamenti nell'ambito dello sviluppo rurale dovrebbero essere destinati agli agricoltori e agli attori economici coinvolti nella diversificazione dell'economia rurale. La popolazione delle zone rurali potrebbe beneficiare del sostegno nell'ambito di un approccio integrato bottom-up. Le azioni in questi campi dovrebbero essere attuate compatibilmente con gli obiettivi della strategia europea dell'occupazione fissati negli orientamenti integrati per la crescita e l'occupazione coerentemente con le azioni attuate dai programmi nazionali di riforma nell'ambito del processo di Lisbona. Il programma di lavoro «Istruzione e formazione 2010» mira al conseguimento degli obiettivi di Lisbona sul piano dell'istruzione e della formazione. Al centro del programma troviamo l'apprendimento permanente, che si applica a tutti i livelli e a tutti i tipi di istruzione e formazione, compresi il settore agricolo, agroalimentare e forestale.

4. IL SISTEMA DI RENDICONTAZIONE

Il regolamento (CE) n. 1688/2005 prevede la sorveglianza strategica delle strategie nazionali e comunitarie. Grazie ad un quadro comune per la sorveglianza e la valutazione stabilito in collaborazione con gli Stati membri sarà possibile procedere ad una rendicontazione regolare dei progressi realizzati.

Il quadro individuerà un numero limitato di indicatori comuni ed una metodologia comune. Esso sarà completato da indicatori specifici al programma che diano conto delle sue caratteristiche tematiche.

Una serie di indicatori comuni permetterà di aggregare le realizzazioni, i risultati e gli impatti a livello comunitario e contribuirà a valutare i progressi compiuti nella realizzazione delle priorità comunitarie. Gli indicatori di base definiti all'inizio del periodo di programmazione permetteranno di valutare la situazione di partenza e costituiranno la base per l'elaborazione della strategia di programma.

L'attività di valutazione sarà permanente e comprenderà per ogni programma una valutazione ex ante, in itinere ed ex post, nonché altre attività di valutazione ritenute utili per migliorare la gestione e l'impatto del programma. Tali attività saranno affiancate da studi tematici e valutazioni di sintesi a livello comunitario, nonché dalle attività della rete europea dello sviluppo rurale che fungerà da piattaforma di scambio e di costruzione di capacità di valutazione negli Stati membri. Lo scambio di buone pratiche e la condivisione dei risultati della valutazione possono contribuire in maniera decisiva all'efficacia dello sviluppo rurale. A questo riguardo, la rete europea dovrebbe avere un ruolo centrale nell'agevolare i contatti.



Il Polo "Euromediterraneo" Jean Monnet

Il Polo "Euromediterraneo" Jean Monnet approvato in Italia dalla Commissione per il periodo 2004-2008, si è costituito nel novembre 2003 con il partenariato della Università degli Studi di Lecce (capofila), di Foggia, di Bari, del Politecnico di Bari, dell'IRREPuglia, della "Teca del Mediterraneo" del Consiglio Regionale di Puglia e della Comunità delle Università Mediterranee.

Il Polo promuove una serie di attività e progetti:

- seminari, conferenze, dibattiti e meetings al fine di sensibilizzare i cittadini sul dialogo interculturale e sul processo dell'U.E., con attenzione particolare al ruolo che possono svolgere Università, Enti locali e gli ambiti universitari ed educativi;
- moduli di insegnamento universitari sull'Unione europea;
- iniziative atte a celebrare e divulgare le periodiche ricorrenze di Anni Europei (2003 Disabili, 2004 Educazione attraverso lo sport, 2005 Mediterraneo, 2006 Mobilità professionale, 2007 Pari opportunità, 2008 Dialogo interculturale);
- pubblicazioni di interesse comunitario (Carta dei diritti fondamentali, Trattato che adotta la Costituzione europea, Politica della sanità pubblica nell'U.E., Lineamenti giuridici delle attività turistiche, delle attività sportive e culturali, Guida didattica all'impostazione LEADER);
- iniziative su tematiche specifiche quali la pace, la solidarietà, i diritti umani, la Costituzione europea, il dialogo interculturale.

Nel periodo 2004-2008, il Polo realizza le seguenti azioni:

- 1) campagna di informazione, comunicazione e divulgazione della Costituzione europea e Carta dei diritti fondamentali presso Università, scuole e biblioteche;
- 2) presentazione e diffusione del "Thesaurus on Tourism and Leisure Activities", con l'ipotesi di progetti multimediali a valere su finanziamenti europei per incentivare lo sviluppo e l'utilizzo di contenuti digitali nelle reti globali e a promuovere la diversità e l'interculturalità nella società dell'informazione;
- 3) implementazione di progetti su fondi strutturali e P.I.C. - Interreg III, Leader+, Urban II e Equal - per diffondere le best practices su modelli di sviluppo locale;
- 4) partenariato con la "Fondazione euromediterranea per il dialogo tra le culture Anna Lindh" (alla quale il Polo è già membro affiliato alla rete italiana);
- 5) attività progettuali didattiche formative, di ricerca, cooperazione istituzionale ed interculturale in partenariato con P.L.O.T.E.U.S. (Progettualità Locale Orientata al Territorio e ad Enti di utilità Sociale) Agenzia formativa accreditata
- 6) intensificazione dei rapporti fra la cattedra Jean Monnet di "Diritto dell'UE" e Teca del Mediterraneo, tramite l'organizzazione di stages, di una sezione web dedicata al Polo e di un punto-antenna presso Teca del Mediterraneo per la raccolta di documentazione comunitaria e la promozione di seminari e workshop;
- 7) sensibilizzazione delle collettività locali, delle realtà accademiche e delle Ong alla realizzazione dei "circoli interculturali mediterranei" promossi dalla Comunità delle Università Mediterranee quali veri e propri Forum deputati alla sperimentazione del dialogo interculturale euromediterraneo.

Coordinatore del Polo *Euromediterraneo Jean Monnet* è il Prof. Cosimo Notarstefano responsabile della *Chaire Jean Monnet* di Diritto dell'Unione Europea e titolare di Legislazione del Turismo presso le Facoltà di Lingue e Letterature Straniere delle Università degli Studi di Lecce, Bergamo e Bari.

Il Polo "Euromediterraneo" Jean Monnet



Azione Jean Monnet
Polo europeo
"Euromediterraneo"



UNIVERSITÀ DEL SALENTO
FACOLTÀ DI LINGUE E LETTERATURE
STRANIERE



C.U.M.
COMUNITÀ UNIVERSITÀ MEDITERRANEE



PROGRAMMA MEDITERRANEO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI
DIPARTIMENTO GIURIDICO DELLE ISTITUZIONI,
AMMINISTRAZIONE E LIBERTÀ



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FOGGIA
FACOLTÀ DI MEDICINA E CHIRURGIA
FACOLTÀ DI LETTERE E FILOSOFIA



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BERGAMO
FACOLTÀ DI LINGUE E LETTERATURE
STRANIERE



POLITECNICO DI BARI
FACOLTÀ DI ARCHITETTURA



TECA DEL MEDITERRANEO
BIBLIOTECA & CENTRO DI DOCUMENTAZIONE
DEL CONSIGLIO REGIONALE DELLA PUGLIA



ISTITUTO REGIONALE RICERCHE
EDUCATIVE PUGLIA

