

5.3.4.5.3 MISURA 413 - Miglioramento della qualità della vita e diversificazione attività economiche

Giustificazione logica alla base dell'intervento

In un momento in cui un numero sempre crescente di territori e di destinazioni rurali stanno operando per mettere a sistema le proprie risorse endogene siano esse produttive o a carattere storico-architettonico, culturale o ambientale al fine di strutturare prodotti spendibili e promuoverli e comunicarli sui mercati nazionali ed internazionali, la riconoscibilità e la capacità di differenziazione diviene un imperativo assolutamente necessario.

Prodotto enogastronomico e tipicità locali stanno assumendo un valore sempre più forte nella diversificazione dell'economia rurale ed importante nella caratterizzazione e definizione di una offerta territoriale innovativa ma rispettosa della tipicità e delle tradizioni rurali locali. Le produzioni tipiche e la loro elaborazione in piatti della tradizione culinaria di un territorio possono infatti rappresentare uno straordinario strumento di *destination marketing* unitamente ad altri prodotti turistici specifici che caratterizzano i territori rurali.

Mantenere sempre forte l'attenzione sui processi e sulle necessità di qualificazione delle singole produzioni e del "prodotto territorio" e nel contempo comunicare prodotti "unici" in un contesto di qualità globale può divenire una ricetta vincente per emergere in un panorama di offerte che si moltiplicano e, in parte, si sovrappongono.

A livello di destinazione la decisione rispetto a quali prodotti sviluppare e per quali segmenti di mercato implica avere la responsabilità dell'attuazione delle politiche di sviluppo verso i mercati di riferimento e la gestione del portafoglio prodotti stesso.

In entrambi i casi, per sviluppare interventi efficaci e duraturi è necessario il coinvolgimento dei soggetti pubblici e privati. In particolare per quanto riguarda la combinazione dei prodotti appare necessario favorire un puntuale lavoro di coordinamento tra attori dell'offerta locale pubblici e privati e quindi lo sviluppo di singoli prodotti e la loro organizzazione in prodotti turistici globali da vendere sui diversi mercati in relazione alle esigenze della domanda.

La Misura, strettamente integrata agli obiettivi dell'Asse 3, risponde alle necessità summenzionate promuovendo interventi migliorativi delle condizioni ambientali, socio-culturali, infrastrutturali e dell'organizzazione produttiva, attraverso un approccio territoriale integrato e partecipativo, ivi compresi il rafforzamento e il consolidamento funzionale di reti collaborative tra le realtà economiche più dinamiche, predisposte all'innovazione, attente ai mutamenti culturali e sociali in atto nella comunità locale.

Obiettivo e collegamento con le strategie dell'Asse

La Misura contribuisce al raggiungimento degli obiettivi specifici dell'Asse 3, promuovendo interventi finalizzati allo sviluppo del potenziale turistico delle zone rurali, alla valorizzazione del patrimonio immobiliare rurale, delle emergenze naturalistiche, culturali e storico-architettoniche a finalità interne e turistiche, allo sviluppo di adeguati canali di commercializzazione dei prodotti locali, alla promozione delle produzioni tipiche e allo sviluppo di fonti energetiche rinnovabili, anche attraverso programmi promozionali d'area in una logica di gestione integrata di un piano di *destination marketing*.

Essa partecipa altresì agli obiettivi specifici "Reperimento, valorizzazione e mobilitazione di potenzialità endogene a partire da quelle agricole e naturali" e "Aumento della partecipazione sociale", incentivando, in una logica partecipativa e ascendente, progetti pilota, azioni di supporto e attività di informazione/formazione per la creazione di nuova imprenditoria e l'attuazione di adeguate strategie competitive ed organizzative, l'accesso ai mercati extra locali tramite adeguate politiche di marketing, e l'aumento del contenuto immateriale dei prodotti agricoli e dei prodotti turistici locali/rurali (enogastronomia, cicloturismo, turismo fluviale, faunistico-venatoria, birdwatching, trekking, ippoturismo, ecc.) in termini di servizi, di suggestioni, di saperi tradizionali incorporati.

Obiettivi operativi

Contribuire al perseguimento degli obiettivi dell'Asse 3, attraverso gli strumenti propri dell'Asse e le strategie integrate e multisettoriali proprie dell'approccio Leader (progetti pilota, studi e ricerche, iniziative di sensibilizzazione/informazione/formazione, progetti promozionali d'area).

Descrizione e possibili contenuti

E' nell'ottica di rispondere al consolidamento della governance a livello locale che i Gruppi di azione locale, in collaborazione con le Province, gli Enti locali, le rappresentanze di interessi, e gli operatori privati di settore, potranno essere gli attori nella definizione e realizzazione di programmi promozionali d'area in una logica di gestione integrata del sistema destinazione e della attuazione di un piano di *destination marketing*.

Gli interventi devono mirare a conseguire uno o più degli obiettivi sopra esposti. Si possono quindi prevedere le seguenti Azioni:

1. Attivazione con approccio Leader della Misura 311 "Diversificazione in attività non agricole";
2. Attivazione con approccio Leader della Misura 313 "Incentivazione delle attività turistiche";
3. Attivazione con approccio Leader della Misura 321 "Servizi essenziali per l'economia e la popolazione rurale";
4. Attivazione con approccio Leader della Misura 322 "Riqualificazione dei villaggi rurali";
5. Attivazione con approccio Leader della Misura 323 "Tutela e valorizzazione del patrimonio rurale";
6. Attivazione con approccio Leader della Misura 331 "Formazione e informazione"

nonché un'Azione 7 specifica Leader di attuazione di strategie integrate e multisettoriali che prevede:

- studi e ricerche a finalità collettiva inerenti le diverse problematiche e campi degli obiettivi della Misura;
- progetti sperimentali, azioni pilota, azioni dimostrative ed interventi di sostegno in merito alle diverse problematiche e campi degli obiettivi della Misura;
- progetti di aggregazione e integrazione e per la creazione di reti;
- progetti per la qualificazione dell'offerta e per l'accesso al mercato;
- creazione di un'offerta imprenditoriale qualificata ed attrezzata in modo adeguato alla domanda ecoturistica, cercando di intervenire in modo integrato nei settori dell'agricoltura, del turismo e dell'artigianato (artistico, tipico e di servizi);
- interventi per la valorizzazione dei territori vocati nel campo faunistico-venatorio;
- iniziative a sostegno di attività funzionali alla sistemazione ed alla manutenzione del territorio, alla salvaguardia del paesaggio agrario e forestale, alla cura ed al mantenimento dell'assetto idrogeologico e alla promozione di prestazioni a favore della tutela delle vocazioni produttive del territorio;
- progetti a sostegno della nuova imprenditorialità e per il rafforzamento aggregativo di quella esistente;
- progetti per la qualificazione dell'offerta e per l'accesso al mercato;
- progetti per la fruizione integrata delle risorse locali;
- qualificazione dei centri urbani delle comunità rurali: creazione di aree verdi, spazi attrezzati per famiglie e bambini, arredi urbani per migliorare e tipicizzare i centri urbani delle aree rurali; progetti pilota ed eventi finalizzati a favorire la permanenza dei giovani nelle aree rurali;
- progetti per lo sviluppo di formule organizzative a carattere collettivo;
- progetti pilota di marketing insediativo per lo sviluppo del turismo rurale;
- sostegno alla realizzazione e valorizzazione di strutture museali e di incentivazione delle iniziative culturali;
- azioni di supporto e incentivazione all'utilizzo della tecnologia dell'informazione e all'utilizzo di forme innovative di comunicazione relative agli interventi realizzati per la valorizzazione delle risorse ambientali e storico-culturali;

- progetti sperimentali per risposte innovative ai bisogni sociali e culturali con particolare riferimento a quelli della popolazione femminile;
- azioni di sviluppo di strategie di promo-comunicazione;
- progettazione, realizzazione e verifica dei risultati di piani promozionali d'area, di settore e azioni di co-marketing definiti in una logica partecipativa in stretta collaborazione con le Province, gli enti locali e gli operatori privati (associazioni, club di prodotto, ecc.);
- informazione e formazione: studio e diagnosi dei fabbisogni formativi, azioni di sensibilizzazione, di orientamento e formative.

In questa Azione devono essere attuati progetti specifici non rientranti nelle Azioni 1, 2, 3, 4, 5 e 6 o dalle relative Misure specificatamente esclusi dalle Province o dalla Regione in sede di programmazione e/o attuazione. I progetti di intervento proposti dai GAL devono, inoltre, perseguire gli obiettivi dell'Asse 3 ed essere sinergici e/o complementari a quelli ritenuti prioritari dalla Regione e dalle Province interessate.

Beneficiari

Per le Azioni 1, 2, 3, 4, 5 e 6 i beneficiari sono quelli specificatamente previsti nelle Misure dell'Asse 3 mentre per l'Azione 7 sono quelli di seguito elencati:

- GAL
- PMI singole od associate
- Associazioni di PMI
- Enti pubblici
- Imprese agricole singole od associate
- Associazioni di Imprese agricole
- Associazioni di privati
- Enti di formazione accreditati
- Organismi portatori di interessi collettivi
- Ambiti Territoriali di Caccia
- Consorzi di bonifica
- Università
- Camere di Commercio

Entità dell' Aiuto

Per le Azioni 1, 2, 3, 4, 5 e 6 il contributo è concesso nella Misura specificatamente prevista nell'Asse 3 mentre per l'Azione 7 il contributo è pari:

- all'80% della spesa ammessa per i seguenti beneficiari:
 - GAL
 - Enti pubblici
 - Enti di formazione accreditati
 - Organismi portatori di interessi collettivi
 - Ambiti Territoriali di Caccia
 - Consorzi di Bonifica
 - Università
 - Camere di Commercio;
- al 40% della spesa ammessa per i seguenti beneficiari:
 - Imprese agricole singole od associate
 - Associazioni di Imprese agricole
 - Associazioni di privati;
- al 40% della spesa ammessa in regime "De Minimis" per i seguenti beneficiari:
 - PMI singole od associate
 - Associazioni di PMI

Quantificazione degli obiettivi*Indicatori comuni*

Tipo di indicatore	Indicatore	Risultati attesi 2007-2013
Prodotto	Numero di Gruppi di Azione Locale (GAL) supportati.	5
	Superficie totale coperta dai GAL (Km ²)	11.311
	Popolazione totale coperta dai GAL	965.700
	Numero di progetti finanziati dai GAL	1.350
	Numero dei beneficiari	1.340
Risultato	Numero lordo di posti di lavoro creati	Effetto indiretto sul fenomeno osservato e sinergico con le misure dell'Asse 3
Impatto	Crescita economica	Impatto indiretto
	Posti di lavoro creati	Impatto indiretto

Indicatori supplementari regionali

Tipo di indicatore	Indicatore	Risultati attesi 2007-2013
Risultato	Valore aggiunto dell'approccio Leader nella realizzazione degli interventi degli altri Assi	POSITIVO