

**Programma Leader + (2002-2006)**

**PROGETTO DI SVILUPPO SOCIALE**

**PONENTE LEADER**

presentato dal GAL

**SVILUPPO DELLE VALLI DEL PONENTE**

## **INFORMAZIONI GENERALI**

### **Gruppo di Azione Locale**

approvato dalla Regione Liguria con decreto 13 agosto 2002

Nome	SVILUPPO DELLE VALLI DEL PONENTE (società a r.l.) Sede legale presso Comunità Montana Argentina Armea, via S. Francesco 203, Taggia (IM)
Indirizzo	C.so Matteotti 56 - IMPERIA, c/o Comunità Montana dell'Olivo
Tel.	0183-272981 Fax 0183-272982 e-mail cmoim@uno.it
Responsabile legale	ing. Pier Luigi LEONE
Tel.	0183-272981
Responsabile tecnico	dr. Elio ARCHIMEDE
Tel.	0141-954286

## Area interessata e criteri adottati per la sua definizione

L'area adottata da questo GAL per il suo PSL è l'insieme dei territori montani appartenenti alle sei Comunità Montane di riferimento e di un territorio specializzato alla floricoltura che non sempre corrisponde all'area montana, per cui a parte si indicano i Comuni aggiunti.

### COMUNITA' MONTANE DELLA PROVINCIA DI IMPERIA

#### 1. IM – Comunità Montana dell'Olivo

COMUNI	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
AURIGO	357	9,46	37,73784
BORGOMARO	890	23,24	38,29604
CARAVONICA	286	4,90	58,36735
CESIO	246	8,92	27,57848
CHIUSANICO	629	13,66	46,04685
CHIUSAVECCHIA	469	3,30	142,1212
DIANO ARENTINO	620	8,32	74,51923
DIANO SAN PIETRO	1074	11,74	91,48211
DOLCEDO	1196	19,32	61,90476
LUCINASCO	290	8,20	35,36585
PIETRABRUNA	606	9,95	60,90452
PONTEDASSIO	1968	14,47	136,0055
PRELA'	485	15,38	31,53446
VASIA	456	10,75	42,4186
VILLA FARALDI	464	9,61	48,28304
<b>TOTALE</b>	<b>10036</b>	<b>171,22</b>	<b>58,614647</b>

#### 2. IM – Comunità Montana Valle Arroscia

COMUNI	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
AQUILA DI ARROSCIA	218	10,08	21,62698
ARMO	125	9,26	13,49892
BORGHETTO D'ARROSCIA	509	25,54	19,92952
COSIO DI ARROSCIA	298	40,53	7,352578
MENDATICA	252	30,72	8,203125
MONTEGROSSO PIAN LATTE	142	10,23	13,88074
PIEVE DI TECO	1398	40,61	34,42502
PORNASSIO	658	8,32	79,08654
RANZO	552	11,73	47,05882
REZZO	404	37,42	10,79637
VESSALICO	316	10,35	30,5314
<b>TOTALE</b>	<b>4872</b>	<b>234,79</b>	<b>20,750457</b>

### 3. IM – Comunità Montana Argentina-Armea

COMUNI	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
BADALUCCO	1284	15,84	81,06061
CARPASIO	183	16,05	11,40187
CASTELLARO	1069	8,69	123,015
CERIANA	1363	32,12	42,43462
MOLINI DI TRIORA	725	58,02	12,49569
MONTALTO LIGURE	427	13,85	30,83032
POMPEIANA	853	9,53	89,50682
TAGGIA	13608	30,83	441,3883
TERZORIO	221	1,86	118,8172
TRIORA	425	67,74	6,273989
<b>TOTALE</b>	<b>20158</b>	<b>254,53</b>	<b>79,1969</b>

### 4. IM – Comunità Montana Intemelia

COMUNI	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
AIOLE	516	14,74	35,00678
APRICALE	571	19,68	29,01423
BAIARDO	331	24,54	13,48818
CAMPOROSSO	4989	17,52	284,7603
CASTEL VITTORIO	411	25,71	15,986
DOLCEACQUA	1886	20,23	93,22788
ISOLABONA	685	12,40	55,24194
OLIVETTA SAN MICHELE	266	13,84	19,21965
PERINALDO	885	21,04	42,06274
PIGNA	999	53,70	18,60335
ROCCHETTA NERVINA	276	15,04	18,35106
SAN BIAGIO DELLA CIMA	1154	6,40	180,3125
SEBORGA	335	4,91	68,22811
SOLDANO	823	3,58	229,8883
VALLEBONA	1056	5,99	176,2938
<b>TOTALE</b>	<b>15183</b>	<b>259,32</b>	<b>58,549283</b>

## COMUNITA' MONTANE DELLA PROVINCIA DI SAVONA

### 1. SV - Comunità Montana Pollupice

COMUNI	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
BALESTRINO	514	11,27	45,60781
BOISSANO	1995	8,67	230,1038
CALICE LIGURE	1419	19,36	73,29545
GIUSTENICE	888	17,43	50,94664
MAGLIOLO	714	19,18	37,22628
ORCO FEGLINO	808	17,72	45,59819
RIALTO	547	19,84	27,57056
TOIRANO	1989	18,63	106,7633
TOVO SAN GIACOMO	2150	9,58	224,4259
VEZZI PORTIO	667	9,69	68,83385
<b>TOTALE</b>	<b>11.691</b>	<b>151,37</b>	<b>77,235</b>

### 2. SV - Comunità Montana Ingauna

COMUNI	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
ARNASCO	585	6,01	97,33777
CASANOVA LERRONE	822	24,3	33,82716
CASTELBIANCO	289	14,76	19,57995
CASTELVECCHIO DI ROCCA BARBENA	199	16,68	11,93046
CISANO SUL NEVA	1574	12,15	129,5473
ERLI	256	16,57	15,44961
GARLENDIA	904	8,26	109,4431
NASINO	218	21,56	10,11132
ONZO	231	8,23	28,06804
ORTOVERO	993	9,83	101,0173
STELLANELLO	709	17,55	40,39886
TESTICO	196	10,15	19,31034
VENDONE	410	10,11	40,55391
VILLANOVA D'ALBENGA	2000	15,74	127,0648
ZUCCARELLO	285	10,74	26,53631
<b>TOTALE</b>	<b>9.671</b>	<b>202,64</b>	<b>47,725029</b>

## COMUNI DELLA RIVIERA FLORICOLA IN PROVINCIA DI IMPERIA

COMUNI DELLA PROVINCIA DI IM	POPOLAZIONE OB2	SUPERFICIE	DENSITA'
Bordighera	1482	0,41	3,61463
Cipressa	1188	9,53	124,65897
Costarainera	701	2,46	284,95934
Ospedaletti	3588	5,15	696,699029
Riva Ligure	2918	2,10	1389,523809
Sanremo	5707	11,20	509,553571
Ventimiglia	12355	51,71	238,928640
	<b>27939</b>	<b>82,56</b>	<b>338,4084</b>

## RIEPILOGO COMPLESSIVO

SOTTOAREA	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITÀ
Comunità Montana dell'Olivo	10.036	171,22	58,614647
Comunità Montana Valle Arroscia	4.872	234,79	20,750457
Comunità Montana Argentina-Armea	20.158	254,53	79,1969
Comunità Montana Intemelìa	15.183	259,32	58,549283
Comunità Montana Pollupice	11.691	151,37	77,235
Comunità Montana Ingauna	9.671	202,64	47,7250029
Riviera floricola imperiese	27.939	82,56	338,4084
<b>TOTALI</b>	<b>99.550</b>	<b>1357,41</b>	<b>73,3381</b>

**Tasso di occupazione in agricoltura**      **8,2%**

**Tasso di spopolamento**                      **1,23%**

## Analisi della zona interessata

La struttura turistica dell'area è fondata su criteri tradizionali: nell'entroterra prevalgono gli alberghi a 1 o 2 stelle, e per altro non rappresentano un'offerta consistente, superando di poco i mille posti letto.

Un elemento di positività è dato dall'agriturismo in sviluppo, tendenza che ha determinato il nascere di oltre 60 strutture, molte delle quali dotate di camere.

Quasi 200 i ristoranti e le trattorie, interessanti dal punto di vista culturale, ma certamente ancora basati su standard di qualità che il pubblico contemporaneo comincia a considerare superati.

Molto nutrito il quadro delle manifestazioni a carattere periodico, che si realizzano in permanenza sul territorio; nella grande maggioranza si tratta di sagre tradizionali e di feste legate agli usi della popolazione; poche di queste possono essere considerate un utile richiamo per il turismo internazionale. Fanno eccezione poche località, che da anni realizzano iniziative di alto livello con buona affluenza di visitatori esterni. Non esiste ancora alcuna manifestazione che per la sua consistenza temporale e la sua peculiarità possa indurre il turista a soffermarsi sul posto per alcuni giorni.

Tutto ciò considerato, sono da ribadire per logica continuità le scelte qualificanti del progetto "Strada dell'Olio", che del resto sono datate marzo 1999 e rappresentano il punto di arrivo del programma Leader II di questo GAL. In quella fase il progetto si riferiva alla sola provincia di Imperia, ma le problematiche non si differenziano dalla dimensione territoriale più ampia del PSL in definizione; ne è conferma l'esistenza di un'altra "Strada del Vino e dell'Olio dalle Alpi al mare", già in attuazione sulla porzione savonese del territorio e di un progetto "Strada dei sapori" sulla Comunità Montana Intemelina.

Queste le scelte strategiche della "Strada dell'Olio":

- favorire l'innovazione nello sviluppo post-rurale dell'area di intervento, realizzando opportune integrazioni tra diverse linee amministrative (agricoltura, turismo, artigianato, ecologia, ambiente, lavori pubblici, urbanistica);

- realizzare interventi di alto valore dimostrativo e trasferibile, cioè capaci di ricadute metodologiche e comportamentali su questa area e su altre, nella logica di solidarietà europea fissata dal programma Leader;
- incentivare l'impresa e soprattutto l'attivazione di nuove imprese, finalizzate a determinare nuove economie all'interno dell'area, in connessione costante con l'esterno, quindi non soltanto creazione di nuovi posti di lavoro ma tipologie qualificate e futuribili di lavoro con maggior valorizzazione della civiltà esclusiva del luogo sviluppando al contempo in tutti gli abitanti il sentimento di appartenenza al territorio e una maggior consapevolezza del valore della propria identità culturale.

Riscontri positivi confermano la validità di tale ipotesi e ne consegue un forte rinnovamento del cambio generazionale.

In conclusione la missione progettuale della "Strada dell'Olio" era stata definita nei seguenti termini: "Individuare indirizzi di politica economica e di organizzazione di filiera che consentano al programma di tradursi, al di là della pura contingenza, in un elemento costante di crescita dei territori".

Appare facile oggi confermare tale indirizzo, anche se il riferimento non è più soltanto all'olio di oliva. Infatti sia per l'olio del Ponente ligure sia per altri prodotti agricoli tradizionali non esiste una conferma di mercato circa un valore superiore da riconoscere loro. Il mercato è circoscritto al bacino commerciale ristretto, e questo mercato non remunera il prodotto originario ligure in misura superiore ai livelli nazionali; di conseguenza non è ancora raggiunta la garanzia che tali prodotti abbiano garanzia di continuità per il futuro. Inoltre molto deve ancora essere acquisito sul piano delle garanzie di provenienza, sulla salubrità delle tecniche di produzione e di conservazione del prodotto trasformato. Fa eccezione a questo discorso l'esperienza dell'olio biologico lungo la valle dell'Arroscia, esperienza da estendere sul territorio.

L'entroterra del Ponente ligure è un distretto agro-alimentare di grande valore, che può raggiungere risultati elevati se diventa anche un distretto speciale del nuovo turismo del gusto. Senza la combinazione turismo-produzioni agricole, non è ipotizzabile il successo di tali prodotti (oli di oliva originari e altri prodotti tradizionali locali), che esistono in misure limitate, hanno costi di produzione elevati e non possono appoggiarsi ad una efficace rete commerciale. Un caso a parte è costituito dalle erbe

officinali delle speci aromatiche inserite nel ciclo alimentare (origano, maggiorana, salvia, timo, rosmarino ecc.): per queste esiste una concreta apertura sul mercato.

Un distretto di cultura gastronomica è l'idea guida dello sviluppo per l'entroterra del Ponente: consiste nell'accrescimento del valore aggiunto dato ai prodotti dal territorio, e nella creazione di un'offerta a livello internazionale ad un target qualificato di utenti, affinché queste persone possano vivere e partecipare una civiltà antica (quella dell'olivo, ma anche della vite, dell'orto, delle erbe aromatiche) in sviluppo.

Essendo strategica e unica la risorsa ambientale di gusto dell'entroterra, tale risorsa deve essere tradotta in valore economico.

## Analisi SWOT dell'area interessata

Tema	Punti di forza	Punti di debolezza	Minacce	Opportunità
Popolazione	Legami alla tradizione Dinamica demografica Tendenzialmente positiva	Declino demografico in alta collina Partecipazione limitata	Ulteriore riduzione Chiusura delle botteghe commerciali	Ritorno di persone già emigrate. Inserimento di presenze di origine europea
Occupazione	Sostanzialmente nulla la disoccupazione cronica	L'occupazione è spesso disgiunta dalle residenze	Abbandono da parte di molti giovani	Da un turismo di qualità molti sviluppi in varie direzioni
Struttura economica	Specializzazione turistica e agricola Buona presenza di imprenditori	Scarsa industria Inadeguatezza della formazione Difficoltà di integrazione degli immigrati	Obsolescenza del sistema ricettivo	Possibili inversioni di tendenza a seguito di piccoli interventi
Agricoltura	Buone condizioni di molti oliveti Rari esempi di produzioni di qualità	Scarso reddito Proprietà terriere minime	Perdita di aree Abbandono di oliveti difficili Difficoltà di mercato per i fiori recisi	Valorizzazione dei prodotti Incremento delle quantità Ricerca di mercati
Turismo	Interesse straniero per le valli Paesaggio straordinario	Necessità di cambio del target Ricettività scarsa nell'entroterra	Esaurimento del pubblico popolare Infrastrutture inadeguate	Recupero dei borghi storici Ricerca di nuovo pubblico qualificato
Artigianato	Permanenza di alcune competenze	Scomparsa delle botteghe	Scomparsa di quasi tutte le lavorazioni	Interesse internazionale alle produzioni artistiche
Risorse culturali	Grandissime nel paesaggio e borghi storici	Pochi musei Scarsa conoscenza Accessi difficili	Dispersione e trafugamento	E' un patrimonio esclusivo con grandi potenzialità
Ambiente	Grandi risorse e crescente qualificazione Mancanza di inquinamento	Dispersione degli insediamenti Limitata accessibilità alla natura	Costi elevati di investimenti nelle infrastrutture	Grandi sviluppi da una attività di utilizzo concreto dell'ambiente
Passata programmazione	Ottimi risultati da "STRADE DELL'OLIO" Alcuni sintomi di investimento	Interventi parziali Mancanza di risorse umane	Eventuale cessazione degli interventi	Creazione di sistemi in rete dei piccoli imprenditori

## STRATEGIA DI SVILUPPO

### Obiettivi generali

Il programma Leader II si è posto il problema di orientare uno sviluppo possibile delle Valli imperiesi puntando soprattutto su un'ipotesi di turismo motivato dall'esistenza di un particolarissimo distretto agro-alimentare, attorno alla coltura dell'olivo e alla produzione dell'olio extravergine di oliva.

Il presente progetto deve continuare e approfondire tale indirizzo, tenendo conto che l'area di applicazione del programma Leader Plus è molto più vasta (88 Comuni) e riguarda in maggioranza (76%) Comuni che non erano inseriti nell'area Leader II, parte di quelli in provincia di Imperia (per la precisione 40 Comuni) e tutti quelli della provincia di Savona (27 Comuni).

Il primo obiettivo di questo PSL è quindi lo svolgimento di un'azione preliminare di omologazione tra i due territori, quello già beneficiario di Leader II e quello non ancora beneficiario.

Il secondo obiettivo, questo comune a tutta l'area GAL, si sintetizza nel tema ORGANIZZAZIONE DI UN SISTEMA TURISTICO DELL'ENTROTERRA DI PONENTE. Si prefigura che tale sistema deve concretizzarsi nei seguenti indirizzi:

- a) salvaguardia e valorizzazione dell'ambiente (paesaggio e centri storici) dell'entroterra, ambiente che si ritiene risorsa primaria e insostituibile per lo sviluppo locale;
- b) esaltazione dell'armonica integrazione determinata dalla storia tra centri abitati, paesaggio naturale e coltivazioni agricole e quindi tra condizioni di vita e condizioni lavorative-produttive del territorio;
- c) elaborazione di una nuova integrazione tra la qualità della vita nell'entroterra e le attività lavorative (produzioni e servizi) compatibili con esse, anche in funzione di una auspicabile inversione di tendenza nello spopolamento dell'entroterra già in atto;
- d) progettazione di iniziative che consentano alla popolazione dell'entroterra e soprattutto ai suoi imprenditori di intraprendere maggiori rapporti culturali ed economici con altre aree europee.

Di conseguenza, si constata che il tema centrale degli obiettivi di questo PSL (organizzazione di un sistema turistico dell'entroterra di Ponente) si deve necessariamente affiancare ad un altro obiettivo collaterale:

**L'INCREMENTO DI RAPPORTI CULTURALI ED ECONOMICI  
CON ALTRE AREE EUROPEE.**

Tali obiettivi potrebbero così essere unificati nel tema catalizzatore:

**PROMOZIONE DI UN SISTEMA TURISTICO DELL'ENTROTERRA  
CONNESSO AL SOSTEGNO  
DEI PRODOTTI TIPICI DEL TERRITORIO**

In questo ambito è importante la connessione con l'analisi sulla condizione della floricoltura ligure del Ponente, tema aggiunto, in conseguenza dell'ammissibilità delle aree destinate a questa attività e a fronte delle problematiche contemporanee del comparto.

Il sistema floricolo del ponente ligure ha dimostrato, in un contesto progressivamente dilatato a dimensioni mondiali, nel quale la capacità di offerta concorrenziale è tendenzialmente superiore alla capacità di assorbimento, una notevole tempestività strategica, confermando alcune virtù che costituiscono i punti di forza per una presa di posizione stabile nel futuro: la qualità varietale, la qualità della presentazione e della conservazione, la capacità innovativa, la gamma dei prodotti, la capacità di intendere il mercato, la velocità d'informazione e di adeguamento.

Nella stessa misura in cui tali prerogative hanno limitato i pericoli incombenti, costituiscono anche il fattore limitante dello sviluppo se non vengono portate al loro massimo grado di efficacia.

Se il settore ha saputo reggere gli attacchi di una febbre da crescita virulenta, forse inaspettata nella attuale intensità (basti pensare all'entrata produttiva dei Paesi del Terzo Mondo e al conseguente spettro del basso costo come pure alla potente organizzazione di mercato di Paesi quale l'Olanda e la Germania), vuole dire che il settore ha saputo esprimere una vigilanza sui processi in atto che costituisce la vera base attrezzata su cui fondare la futura stabilità.

Il fatto che il mercato floricolo scavalchi, per così dire, la Regione Liguria per arrivare alle destinazioni di consumo (altre regioni d'Italia, Europa, Stati Uniti, Giappone), ha in qualche modo isolato la produzione del settore dal complessivo sistema agricolo locale.

## Strategia

Tenuto conto delle limitate risorse a disposizione di Leader Plus, gli obiettivi indicati si possono conseguire con una limitata serie di iniziative, capaci di innescare positivi elementi di sviluppo, soprattutto occupazionali, ma soprattutto capaci di esprimere un elevato livello di dimostratività esemplare e quindi di essere ripetuti a creare un'economia efficace e progressiva.

Le iniziative principali possono essere sintetizzate così:

- 1) Realizzazione di un progetto pilota di paese-albergo.
- 2) Realizzazione di uno o più progetti pilota di recupero di borghi storici in funzione integrata di ricettività e produzione agricola e artigianale.
- 3) Incremento e qualificazione delle attività culturali sul territorio e incentivazione delle strutture permanenti per la cultura e l'animazione dei paesi dell'entroterra, possibilmente con collaborazioni di livello europeo.
- 4) Valorizzazione e commercializzazione dei prodotti tipici agro-alimentari (olio e suoi derivati, vino, erbe officinali e piante aromatiche, formaggi, miele ecc.), dei fiori, delle altre risorse locali tipiche (esempio l'ardesia).
- 5) Completamento e sviluppo delle Strade dei prodotti tipici del territorio e creazione di alcuni itinerari tematici.
- 6) Valorizzazione della civiltà locale (costumi, lingua, enogastronomia, artigianato creativo) come componente essenziale dell'offerta di ospitalità, con particolare attenzione alla cultura alimentare, che si può identificare come "dieta mediterranea".

Una risorsa essenziale è l'ambiente, contenitore e condizione essenziale di produttività per tutte le risorse locali, sia agricole che turistiche; all'ambiente quindi si dedicherà un particolare impegno. Lo sviluppo dell'entroterra rappresenta un "sistema ambientale": per creare nuove economie di gestione del territorio la risorsa primaria è infatti il paesaggio e il clima, l'habitat delle proposte di vita e di soggiorno che si può offrire in questo specifico luogo.

I settori economici coinvolti da questa strategia sono: l'agricoltura, l'edilizia del restauro, il turismo, in una felice integrazione inter-settoriale, che vede confermato un ruolo primario alla cultura del territorio, intesa come spirito aperto di accoglienza e di comunicazione delle proprie diversità specifiche.

Pur costituendo uno degli aspetti di maggiore qualifica del paesaggio del Ponente e proponendosi come continuità storica della Riviera, la floricoltura non ha finora goduto la debita attenzione quale fattore di promozione territoriale.

Ha giocato a sfavore la crisi di comparti produttivi arrivati, nei decenni passati, al loro minimo storico, come il settore olivicolo, con fenomeni gravi di abbandono dell'entroterra e la minaccia di un logoramento irreversibile dello stesso tessuto insediativo, per cui la costa turistica e la costa floricola sono state considerate, come nelle buone famiglie, figli fortunati in grado di cavarsela nei momenti difficili. Lo scenario attuale non è più quello e si assiste a un progressivo riequilibrio sia delle produzioni che delle componenti territoriali: l'entroterra torna a vivere, il turismo si diffonde oltre la costa, l'olivicoltura si qualifica e la stessa floricoltura sale nelle parti alte e interne del territorio.

Il successo della floricoltura fu, a suo tempo, un successo del territorio. Anche se oggi il mercato è lontano ed è meno influenzabile dalla diretta immagine territoriale, è pur sempre la buona strutturazione all'origine che garantisce la tenuta complessiva (cultura del produrre e cultura di mercato) oltre agli impareggiabili fattori di riverbero che si diffondono su tutta l'area.

Le azioni previste nel PLS, mentre tendono a qualificare la specificità del comparto, mirano anche a integrare la "terra dei fiori" nell'insieme ambientale e turistico. Nello specifico le azioni riguardano il potenziamento della cultura di mercato che non ha ancora raggiunto la sufficiente integrazione con la cultura del produrre, per cui risulta di necessità favorire lo sviluppo di metodi e di comportamenti in grado di superare i punti critici della programmazione colturale e dell'evoluzione della domanda.

## **Complementarietà con altre iniziative programmate**

Gli elementi di integrazione tra questo e gli altri programmi di investimento territoriale, possono vedersi sia a livello dell'Obiettivo 5b (interventi in agricoltura e nel turismo), sia a livello dell'Obiettivo 2, sul quale il GAL indirizzerà domande di finanziamento per iniziative a carattere materiale. Analoga integrazione e complementarietà si realizzano con il piano di sviluppo rurale, soprattutto perché gli interventi a favore dell'agricoltura sono sostanzialmente eliminati dall'ambito Leader.

In particolare si segnalano tre filoni di domande che emergono nettamente dagli imprenditori agricoli del territorio:

- a) domanda di innovazione tecnologica negli impianti aziendali per la trasformazione dei prodotti;
- b) domanda di qualificazione delle attrezzature agrituristiche e delle migliorie alle pertinenze esterne (aree di sosta e di parcheggio);
- c) domanda di incremento nella produzione biologica.

Si tratta di questioni che appartengono all'area di transizione dalla condizione rurale tradizionale allo sviluppo post-rurale auspicato dal programma Leader, sviluppo in cui l'attività agricola si integra e si completa sempre più con funzioni turistiche o con attività di trasformazione artigianale dei prodotti oppure ancora con mansioni di servizio per il territorio.

Va richiamata altresì la complementarietà dell'iniziativa programmata in Leader + con le iniziative avviate da Leader II: quel programma ha consentito di avviare alcuni interventi, dotati di elevata qualità innovativa e dimostrativa (come l'avvio della Strada dell'Olio), interventi che vanno integrati e completati con altri di fase più avanzata, in cui l'attività turistica diventa più matura e più incisiva sullo sviluppo socio-economico locale. Fatta eccezione per le aree in cui non è stata ancora attuata l'esperienza Leader.

Da notare in proposito che l'area di allargamento del GAL ad est è stata interessata soprattutto da due interventi del programma comunitario Obiettivo 5b: la Strada del Vino e dell'Olio "Dalle Alpi al mare" e le "Vie dei sapori e dei colori". Curiosamente, attuando tre diversi programmi, si

è arrivati a far avanzare nella stessa direzione le tre zone territoriali in un'unica ipotesi di crescita turistica.

Notevole importanza assumono i programmi di Interreg III in corso di approvazione. La provincia imperiese è fortemente impegnata su questo fronte, con un progetto culturale di scambio e di integrazione con la Provenza francese. Oggetto di incontro è la civiltà territoriale, con ampio riferimento alla cultura materiale, all'enogastronomia e ai prodotti tipici dell'entroterra imperiese.

## **Modalità di informazione e concertazione delle iniziative con i soggetti interessati**

La definizione di questo progetto è stata concertata con le istituzioni e gli operatori economici rappresentati nella società e con gli imprenditori aderenti alla “Strada del Vino e dell’Olio Dalle Alpi al mare”.

Dopo l’approvazione del PSL, sarà particolarmente curata l’informazione preventiva sulla strategia GAL e sulle azioni prescelte, soprattutto al fine di selezionare i partners attuatori per la realizzazione dei progetti a regia e di stimolare i potenziali beneficiari delle azioni a bando.

Nei costi di gestione è stata appositamente indicata una spesa relativa alla comunicazione sul territorio, per due sostanziali motivi: la precedente esperienza Leader ha dimostrato che non è sufficiente compiere le azioni di pubblicizzazione di rito (affissione dei bandi agli albi pretori e invio alle organizzazioni di categoria).

Si intende coinvolgere molto di più il territorio attraverso assemblee, responsabilizzazione dei Sindaci, affissione di manifesti e pubblicazione di annunci sui giornali locali.

Nel caso delle regie convenzionate, verrà posta una particolare cura nella scelta dei partners attuatori e il loro operato verrà monitorato con cura dal Consiglio di Amministrazione.

**PROMOZIONE DI UN SISTEMA TURISTICO DELL'ENTROTERRA  
CONNESSO AL SOSTEGNO DEI PRODOTTI TIPICI DEL TERRITORIO**

<b>Temi catalizzatori</b>	<b>Misure</b>	<b>Obiettivi</b>
Valorizzazione dei prodotti locali	1.5. azioni per migliorare l'accesso ai mercati da parte dei produttori locali	<p>Incentivare la conoscenza dei prodotti locali di nicchia sul mercato nazionale e europeo, favorendo la creazione di un loro sistema</p> <p>Incentivare la diffusione dell'informatizzazione</p> <p>Favorire la conoscenza dei mercati</p> <p>Incrementare la qualità dei prodotti, attorno alla proposta degli itinerari tematici (Strade dell'Olio)</p>
Valorizzazione delle risorse naturali e culturali	<p>1.3. azioni di marketing territoriale</p> <p>1.4. azioni per lo sviluppo del turismo rurale</p>	<p>Aumentare la fruizione delle risorse ambientali</p> <p>Sviluppare le iniziative degli itinerari tematici, anche in funzione di opportunità di commercializzazione dei prodotti tipici.</p> <p>Aumentare la ricettività soprattutto come recupero di antiche strutture ex-rurali</p> <p>Creare situazioni esemplari di ridefinizione turistica delle funzioni del borgo storico.</p> <p>Valorizzare la cultura dei luoghi in connessione alla civiltà di origine rurale; apertura verso altre culture europee</p>

**Principali progetti realizzati  
sul territorio nell'ambito del Leader II  
(cifre in lire)**

FORMAZIONE	→ 2 corsi di aggiornamento e qualificazione nel comparto degli operatori turistici	Spesa	46.414.638
TURISMO	→ Recupero di n. 10 strutture ricettive da edifici storici ex-rurali	Spesa	1.423.368.696
	→ Recupero di un frantoio storico ad Apricale	Spesa	500.012.814
	→ Progetto "Strada dell'Olio"	Spesa	1.319.098.601
AGRICOLTURA	→ Bando investimenti aziendali	Spesa	365.709.382
	→ Bando servizi agroforestali	Spesa	46.150.000
	→ Studi valorizzazione prodotti	Spesa	20.000.000
	→ Bando pro cultivars locali	Spesa	54.893.807
	totale		2.126.323.112
	Costi di gestione		240.000.000
	<b>TOTALE</b>		<b>2.366.323.112</b>

## Sintesi del Piano di Sviluppo Locale

### **ASSE 1 - AZIONI DI SVILUPPO RURALE INTEGRATO**

#### **MISURA 3 - AZIONI DI MARKETING TERRITORIALE**

AZIONE 1 - EVENTI E MANIFESTAZIONI FIERISTICHE

AZIONE 2 - MESSA IN RETE DELLE INIZIATIVE PROMOZIONALI DEL TERRITORIO

AZIONE 3 - PUBBLICAZIONI E BANCHE DATI

AZIONE 4 - PACCHETTI TURISTICI INTEGRATI NELL'ENTROTERRA

#### **MISURA 4 - AZIONI INTEGRATE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO LOCALE**

AZIONE A.1 - STRUTTURE RICETTIVE

AZIONE A.2 - MIGLIORAMENTO RETE COMMERCIALE

AZIONE B.3 - ITINERARI TEMATICI

AZIONE B.4 - ECOMUSEI

#### **MISURA 5 - AZIONI PER L'ACCESSO DEI PRODOTTI LOCALI AI MERCATI**

AZIONE 1 - STUDI DI MERCATO PER I PRODOTTI TIPICI

AZIONE 2 - CONSULENZA DI MERCATO NEL SETTORE FLORICOLO

AZIONE 4 - E-COMMERCE

AZIONE 5 - AVVIO DI SISTEMI DI GESTIONE AMBIENTALE E PROMOZIONE  
DI MARCHI DI QUALITA' ECOLOGICA NEL SETTORE FLORICOLO

#### **MISURA 6 - SPESE DI GESTIONE**

### **ASSE 2 - COOPERAZIONE INFRATERRITORIALE E TRANSNAZIONALE**

#### **MISURA 1**

AZIONE 2 - PROGETTO ARDESIA

#### **MISURA 2**

AZIONE 2 - L'AMBIENTE D'ENTROTERRA INTERPRETATO DAGLI EUROPEI

## MISURA 1.3 - AZIONE 1

### EVENTI E MANIFESTAZIONI FIERISTICHE

Il GAL intende realizzare alcuni eventi, capaci di valorizzare in modo integrato le risorse turistiche, le produzioni tipiche locali, l'artigianato artistico. Le iniziative saranno concordate con l'ART e con le APT di Sanremo e Alassio.

#### **Azione a regia in convenzione**

**Costo totale delle misure:** € 85.714,29

**Costo pubblico:** € 60.000,00

**Tasso di contributo pubblico:** 70%

#### **Spese ammissibili:**

Spese di partecipazione a manifestazioni fieristiche. Spese di progettazione (max 6% della spesa totale). Realizzazione di convegni e manifestazioni culturali e promozionali dei prodotti tipici.

#### **Beneficiari:**

GAL, enti locali, agenzie di promozione territoriale.

#### **Condizioni di ammissibilità:**

Il GAL elabora l'esigenza di una o più iniziative, capaci di conseguire obiettivi di carattere generale per il territorio, in coerenza con la strategia del PSL, tenuto conto del panorama di manifestazioni esistenti.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

N. 4-5 manifestazioni organizzate o partecipate.

#### **Criteri di valutazione:**

Il GAL utilizzerà i pareri di esperti in materia per valutare la qualità tecnica delle proposte eventualmente pervenute, mentre il parere degli esperti sarà prezioso per definire tipologie e carattere delle iniziative GAL; sarà attribuito un punteggio da 1 a 10. Priorità verrà attribuita (punteggio doppio) alle iniziative che consentono ricaduta economica generalizzata sull'area PSL e alle iniziative che consentono benefici all'insieme integrato dei prodotti tipici e del turismo locale.

Un ulteriore punteggio (da 1 a 5) alle iniziative verrà attribuito tenendo conto dell'efficacia in termini di operatori all'offerta e di operatori alla domanda.

Il rapporto tra costi e benefici economici delle singole iniziative darà luogo ad un terzo punteggio (da 1 a 5).

## MISURA 1.3 - AZIONE 2

### **MESSA IN RETE DELLE INIZIATIVE PROMOZIONALI DEL TERRITORIO**

Il territorio, soprattutto in provincia di Imperia in applicazione del programma Leader II, ha realizzato alcune pregevoli manifestazioni culturali o promozionali dell'entroterra. Il segnale dato, considerata la volontà di continuare su questa strada da parte degli enti locali, potrebbe determinare una positiva evoluzione della tendenza in atto.

L'obiettivo attuale del GAL è di selezionare queste iniziative e premiare le più idonee alle finalità di costruzione di un nuovo turismo specializzato dell'entroterra; il risultato lo si consegue con la promozione integrata di queste iniziative.

#### **Azione a regia in convenzione**

**Costo totale della misura:** € 57.142,86

**Costo pubblico:** € 40.000,00

**Tasso di contributo pubblico:** 70%

#### **Spese ammissibili:**

Realizzazione di una ricerca documentale sulle manifestazioni; creazione di una grafica descrittiva delle stesse e suo inserimento sui siti più disponibili a questa valorizzazione. Creazione di un catalogo cartaceo. Campagna di informazione.

#### **Beneficiari**

GAL, agenzie di promozione territoriale, Enti locali.

#### **Condizioni di ammissibilità**

Il GAL elabora una selezione di manifestazioni e, considerandole le più idonee alla valorizzazione divulgativa, inserisce la segnalazione sul suo sito e su altri siti al fine di ottenerne la massima visibilità.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

N. 1 catalogo cartaceo sulle manifestazioni più qualificate delle valli del Ponente. Sua divulgazione. Una campagna di informazione.

#### **Criteri di valutazione:**

Il GAL realizzerà con un partner tecnico la ricerca sulle manifestazioni del territorio e ne pubblicherà il catalogo. Per la campagna di informazione il GAL esaminerà le proposte che perverranno da una serie di soggetti professionali invitati ad avanzare progetti. Il progetto adottato dovrà essere valutato da esperti che attribuiranno alle proposte un punteggio da 1 a 10, attribuendo 4 punti relativi alla qualità tecnica del progetto (curriculum professionale, comunicazione, creatività), 3 punti relativi al coinvolgimento delle imprese locali, 3 punti relativi al rapporto costo/beneficio economico.

## MISURA 1.3 - AZIONE 3

### PUBBLICAZIONI E BANCHE DATI

Un territorio, in questo caso l'entroterra del Ponente, potrà avere una prospettiva turistica di qualità soltanto nel momento in cui ottiene legittimazione culturale in ambito vasto. La ricchezza del suo patrimonio è finora poco documentato in pubblicazioni autorevoli e soprattutto diffuse in Italia e Europa.

#### **Azione a regia in convenzione**

**Costo totale delle misure:** € 57.142,86

**Costo pubblico:** € 40.000,00

**Tasso di contributo pubblico:** 70%

#### **Spese ammissibili:**

Realizzazione di pubblicazioni, con testi in più lingue. Raccolta di testimonianze della civiltà locale. Banca delle ricette della gastronomia tipica

#### **Beneficiari:**

GAL, Enti locali, istituzioni culturali

#### **Condizioni di ammissibilità:**

Il GAL realizza un piano editoriale e sulla base del programma finanziario predisposto verifica l'economicità di ciascuna pubblicazione, con priorità per quelle realizzate in partnership con aziende editoriali.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

N. 6-7 libri o altre pubblicazioni

#### **Criteri di valutazione:**

Il GAL valuterà le proposte di pubblicazioni in base al curriculum professionale del proponente e dell'autore (punti 1-2), alla copertura di interesse rispetto all'intera area PSL (punti 1-2-3), all'immagine che l'opera rifletterà sul territorio (punti 1-2), al coinvolgimento delle imprese locali (punti 1-2-3), al rapporto tra costo dell'iniziativa e benefici indotti sul territorio (punti 1-2). Il GAL utilizzerà esperti per una valutazione preliminare.

## MISURA 1.3 - AZIONE 4

### **PACCHETTI TURISTICI INTEGRATI NELL'ENTROTERRA**

Creandosi nuove e più favorevoli condizioni di ricettività sul territorio dell'entroterra, è necessario iniziare senza ulteriori indugi, ad avviare un'attività di incoming e di vendita dei nuovi prodotti, che nasceranno dall'impostazione dei pacchetti turistici integrati con le esigenze di valorizzare i prodotti tipici. Le iniziative saranno concordate con l'ART e con le APT di Sanremo e di Alassio.

#### **Azione a regia in convenzione**

**Costo totale della misura:** € 28.571,43

**Costo pubblico:** € 20.000,00

**Tasso di contributo pubblico:** 70%

#### **Spese ammissibili:**

Elaborazione di uno o più pacchetti turistici. Partecipazione a fiere specializzate per sperimentare la vendita.

#### **Beneficiari:**

GAL, agenzie di promozione territoriale, Enti locali, Associazioni.

#### **Condizioni di ammissibilità**

Programmazione accurata del pacchetto turistico; coerenza con gli obiettivi generali del GAL; disponibilità ad operare in sinergia con altri soggetti. Priorità per i territori di maggior valenza turistica e culturale.

#### **Obiettivi:**

Attivare strumenti operativi moderni ed efficaci per affrontare l'attuale congiuntura di interesse socio-economico. Avviare tutte le possibili collaborazioni. Stimolare gli investitori delle aree interne.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

Sperimentazione di 2-3 pacchetti turistici. Consultazione dei titolari e verifica sull'interesse locale a proseguire su questo piano. Molti contatti tra i professionisti alla vendita dei nuovi modelli operativi.

#### **Criteri di valutazione:**

I progetti presentati verranno valutati in via primaria, in base al numero delle imprese coinvolte (punti 5), in base alla previsione di ricadute sul territorio (punti 3), in base al curriculum professionale dell'organizzatore (punti 2), e infine sul rapporto costo/previsione di ricadute economiche (punti 5).

## MISURA 1.4 - AZIONE A.1

### STRUTTURE RICETTIVE

La carenza di ricettività dell'entroterra va risolta mediante interventi di recupero dell'edilizia tradizionale e tenendo conto della forte domanda di soggiorno in ambienti tipici della civiltà locale. La presente azione è anche giustificata dalla necessità di parificare le condizioni di partenza di questo programma Leader: alcuni Comuni avevano potuto incentivare le strutture ricettive in ex-edifici rurali con Leader II; è opportuno che tutto il territorio possa godere di una simile opportunità.

#### **Azione a bando**

**Costo totale della misura:** € 1.246.996,00

**Costo pubblico:** € 623.498,00

**Tasso di contributo pubblico:** 50%, spesa massima ammissibile 65 mila euro.

#### **Spese ammissibili:**

Spese di adeguamento degli edifici tradizionali di tipo murario, di arredo, di pertinenze, di dotazione strumentale, ai fini di avviare l'attività ricettiva.

Il GAL potrà riservare a regia una quota della spesa, da destinare ad un'operazione esemplare di progetto-pilota di paese-albergo.

#### **Beneficiari:**

Privati non aventi natura di impresa (bed&breakfast, affittacamere di limitate dimensioni); piccole e medie imprese turistiche (affittacamere, case e appartamenti per vacanze (CAV), rifugi escursionistici); associazioni culturali ed escursionistiche (per i rifugi). Priorità a chi opera su un itinerario tematico.

#### **Condizioni di ammissibilità:**

L'edificio esistente deve essere tradizionale, priorità agli edifici di particolare pregio storico; il recupero deve privilegiare l'utilizzo di materiali tipici dei luoghi, mantenendo il paesaggio originario. La ristrutturazione deve consentire ambientazioni qualificate e servizi adeguati a standard elevati. Saranno privilegiate nell'approvazione le strutture site lungo le Strade tematiche. Analoga priorità sarà riservata alle strutture che si collegheranno in rete.

#### **Obiettivi:**

Incrementare la ricettività dell'entroterra. Attrezzare e rendere funzionali le Strade tematiche. Creare un sistema integrato di offerta turistica.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

N. 20 strutture ricettive derivate da edifici in borghi storici.

#### **Criteri di valutazione:**

Il bando indicherà le linee di indirizzo rispetto ai tipi di strutture, attribuendo un punteggio in termini qualitativi, anche tenuto conto dell'ambiente in cui si inseriscono. L'efficacia sarà misurata rispetto a obiettivi zionali riferiti agli itinerari tematici. L'efficienza degli interventi verrà misurata in rapporto tra costi e benefici, ivi compresa l'immagine del territorio. Il GAL potrà ricorrere ad esperti per la valutazione.

## MISURA 1.4 - AZIONE A.2

### MIGLIORAMENTO RETE COMMERCIALE

L'entroterra registra una netta perdita dei servizi commerciali. Questo è un danno per la popolazione residente, ma anche per i turisti. Nel rendere attivi e stimolanti gli itinerari tematici, occorre pensare ad una rivitalizzazione del sistema commerciale tradizionale, condizionato alla vendita dei prodotti locali.

#### **Azione a bando**

**Costo dell'intervento:** € 300.000,00

**Costo pubblico:** € 150.000,00

**Tasso di contributo pubblico:** 50%

#### **Spese ammissibili:**

Consulenze tecniche; dotazione di strumenti idonei; allestimento di una vetrina tipica, creazione di una insegna di riconoscimento, materiali promozionali da omaggiare al cliente.

#### **Beneficiari:**

Operatori commerciali, singoli o associati, con priorità a gruppi o cooperative di gestione, anche sotto forma di adesione parziale o stagionale al programma.

#### **Condizioni di ammissibilità:**

Saranno ammessi a finanziamento gli operatori commerciali, che dimostreranno di aver investito nel servizio commerciale attivato, e quindi confermino la continuità dell'esercizio, esclusivamente sui percorsi tematici riconosciuti dal GAL.

Ai beneficiari si chiede una dichiarazione formalmente ammissibile, da cui risulta un impegno a continuare l'attività a partire da oggi.

#### **Obiettivi:**

Sostenere una rete di piccoli servizi commerciali necessari al territorio, in funzione turistica. Le risorse locali non sono illimitate e forniscono al venditore giuste condizioni di sopravvivenza.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

Non meno di 15 interventi ammessi a finanziamento, di cui almeno 10 a favore dei prodotti tipici agro-alimentari e almeno 2 in campo floricolo.

#### **Criteri di valutazione:**

Il bando indicherà le priorità (connessione agli itinerari) e fisserà i punteggi di valutazione, riferiti alla qualità del progetto, alla sua efficacia in rapporto alla densità degli interventi sul territorio, alla sua efficienza in rapporto costi/benefici. Alla valutazione forniranno pareri esperti consultati dal GAL.

## MISURA 1.4 - AZIONE B.3

### ITINERARI TEMATICI

L'entroterra del Ponente è ricchissimo di risorse ambientali, storiche e leggendarie, culturali e architettoniche, enogastronomiche, naturalistiche. La sua ricchezza sta nell'insieme di queste tante piccole e piccolissime risorse, nell'ambito di una eccezionale serenità ambientale. Le principali motivazioni per la permanenza dei turisti consistono proprio nel rendere curiosa e anche imprevedibile la visita al territorio. Tanti piccoli itinerari, oltre alle Strade di prodotti tipici esistenti, ciascuno dedicato ad una curiosa diversità, possono contribuire all'obiettivo.

#### **Azione a regia in convenzione**

**Costo totale della misura:** € 556.466,67

**Costo pubblico:** € 333.880,00

**Tasso di contributo pubblico:** 60%

#### **Spese ammissibili:**

Studio di fattibilità per progettare l'insieme delle iniziative. Creazione di una serie di itinerari tematici, da mettere in rete. Completamento e integrazione dei progetti sulle Strade dei prodotti tipici esistenti, compresa la messa in rete delle aziende ammesse. Messa in rete delle zone di interesse naturalistico e strutture di appoggio.

#### **Beneficiari:**

GAL, Associazioni culturali e turistiche, enti locali.

#### **Condizioni di ammissibilità:**

Coerenza con lo studio preliminare di fattibilità. Priorità agli itinerari che si raccordano con strutture permanenti di cultura, sportive o del tempo libero.

#### **Obiettivi:**

Collegare gli itinerari al patrimonio culturale, architettonico, insediativo, ambientale, alle produzioni tipiche locali, all'artigianato artistico. Forte valorizzazione della civiltà tradizionale attraverso la trasmissione delle memorie. Raccolta di testimonianze e documenti. Incentivazione dei luoghi di incontro e di comunicazione. Messa in rete del patrimonio territoriale. Decollo definitivo delle due Strade dell'Olio.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

Completamento e integrazione delle Strade dei prodotti tipici. N. 4-5 itinerari tematici.

#### **Criteri di valutazione:**

Saranno privilegiati i progetti che garantiscono la qualità dell'offerta, sancita in un regolamento, e l'integrazione tra le varie componenti del territorio (produzione, commercio, ricettività, ristorazione, strutture di accoglienza e informazione). L'efficacia dei progetti sarà misurata sul numero delle imprese coinvolte, l'efficienza sarà misurata nel rapporto tra costi e benefici.

## MISURA 1.4 - AZIONE B.4

### ECOMUSEI

L'entroterra imperiese, fortemente caratterizzato dalla cultura dell'olio extravergine di oliva, rappresenta lo scenario ideale per l'ambientazione di una attività di studio e di ricerca, divulgazione e valorizzazione della dieta che si basa su pasta, vino, verdure, olio, frutta. Il centro può diventare anche un propulsore di turismo scolastico e/o un catalizzatore di nuova cultura alimentare. L'obiettivo viene raggiunto attraverso il recupero e la ridestinazione funzionale di un frantoio inserito in un borgo rurale.

#### **Azione a regia in convenzione**

**Costo totale della misura:** € 58.333,33

**Costo pubblico:** € 35.000,00

**Tasso di contributo pubblico:** 60%

#### **Spese ammissibili:**

Allestimento di una mostra permanente. Creazione di una grande biblioteca. Dotazione strumentale.

#### **Beneficiari:**

Su invito e selezione del GAL, un organismo di livello e competenze universitarie, in collaborazione con un Comune.

#### **Condizioni di ammissibilità:**

Coerenza con lo studio di fattibilità previsto.

#### **Obiettivi:**

Valorizzare l'ambiente e la cultura dei luoghi, attraverso il recupero di antiche strutture produttive. Esaltare una peculiarità locale nel costume enogastronomico. Creare un centro di vivace attività culturale. Accrescere la notorietà delle valli di Ponente in funzione turistica.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

Allestimento di un centro studi.

#### **Criteri di valutazione:**

Tra le varie eventuali proposte il GAL sceglierà antepoendo i seguenti criteri: centralità del luogo, integrazione rispetto ai flussi turistici e agli itinerari tematici, continuità ed economicità di gestione, numero delle imprese locali coinvolte, rapporto costi/benefici.

## MISURA 1.5 - AZIONE 1

### STUDI DI MERCATO PER I PRODOTTI TIPICI

La conservazione delle tradizioni alimentari e di produzione delle materie prime diverse del Ponente è ormai garantita, perché è crescente il movimento innovatore. Tuttavia non è risolto il problema della commercializzazione, che va stimolata e assistita per un periodo transitorio.

Il sistema floricolo presenta due momenti di grande frammentazione situati nei segmenti produttivo e del consumo. Il momento del mercato risulta invece governato da strategie a livello multinazionale in grado di influenzare l'intero sistema.

L'obiettivo delle ricerche è di instaurare un sistema organico di conoscenze e di comportamenti in grado di mettere il comparto produttivo floricolo in connessione permanente con il mercato, al fine di ottenere nel dettaglio produttivo una strutturazione articolata e capace di rispondere globalmente all'evoluzione della domanda.

Gli studi previsti nel comparto floricolo hanno le seguenti specificità:

**a) tendenze del mercato nel settore floricolo e programmazione colturale.**

La ricerca consiste nel monitoraggio dei punti sensibili della grande distribuzione, del commercio al dettaglio, sia intermedio che finale, delle tendenze del consumo, nella loro evoluzione intrinseca e nelle preferenze indotte. La ricerca fornirà modelli e previsioni per la programmazione colturale, determinando una connessione importante tra le aziende e una mobilità controllata rispetto agli obiettivi di produzione.

**b) ottimizzazione della conservazione del fiore reciso, individuazione di contenitori-tipo per il trasporto, formulazione di modelli di logistica.**

Si analizza con metodologia scientifica sulla base dei modelli prevalenti di raccolta, lavorazione e consegna, le variabili ambientali e di comportamento che costituiscono i momenti critici, al fine di elaborare un modello ottimale per la massima conservazione e durata del prodotto. In tale contesto di movimentazioni complesse sarà oggetto di studio la protezione ottimale offerta dai contenitori come pure la sperimentazione di formule standard rispondenti a diverse tipologie di consegna. Una fase ulteriore dell'indagine riguarda i modelli di trasferimento delle produzioni floricole da Sanremo a uno più centri e alla successiva distribuzione.

#### **Azione a regia in convenzione**

**Costo totale:** € 250.000

**Costo pubblico:** € 150.000

**Tasso di contributo pubblico:** 60%

**Spese ammissibili:** Studio di fattibilità per un grande progetto sui prodotti tipici non ancora regolamentati, con particolare riferimento a quelli trasformati o conservati. Assistenza alle procedure da seguire per l'acquisizione delle nuove denominazioni (DOP, IGP ecc.). Acquisizione di servizi e consulenze per la realizzazione degli studi di mercato e degli studi di fattibilità finalizzati alla piena esecuzione degli obiettivi previsti. Elaborazione della "Carta delle tipicità" relative agli itinerari tematici.

**Beneficiari:** GAL, Enti o organismi indipendenti, Associazioni di produttori, Consorzi di tutela e loro similari

**Condizioni di ammissibilità:** Coerenza con il progetto di studio o di ricerca

**Obiettivi:** Qualificare l'offerta delle materie prime agricole. Ricondurre ad unitarietà di immagine e di linguaggio i prodotti tipici del Ponente. Sperimentare forme di collaborazione tra prodotti diversi. Favorire la connessione tra produzione e mercato, ottimizzare le procedure di trasporto e distribuzione, generare coesione complessiva nel comparto floricolo.

**Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

Una "Carta delle tipicità". Assistenza all'acquisizione di denominazione protetta per n. 4-5 prodotti tradizionali. Una iniziativa sperimentale di marketing integrata tra i prodotti. Aziende raggiunte dalle informazioni di mercato: almeno il 50% delle aziende presenti sull'area, con circa 2500 contatti e relativa assistenza nell'applicazione dei risultati. Modelli ottimizzati di conservazione e trasporto misurabili nel tempo di durata del fiore reciso. Adeguamento agli standard di qualità.

**Criteri di valutazione:**

Il GAL valuterà la qualificazione e le competenze acquisite dal partner tecnico proponente, le professionalità di staff, il metodo proposto per lo studio, la coerenza e compatibilità con le consulenze di mercato, l'individuazione preventiva delle aree (di origine e di destinazione del prodotto), la gamma merceologica dei prodotti, il numero dei mercati oggetto di rilevazione, estensione nel tempo delle rilevazioni, l'efficienza del rapporto costi/benefici.

## MISURA 1.5 - AZIONE 2

### CONSULENZA DI MERCATO NEL SETTORE FLORICOLO

L'azione è direttamente connessa ai risultati emergenti dagli studi di mercato e dalla sperimentazione dei modelli di trasferimento del prodotto floricolo.

L'obiettivo è di impostare la strutturazione di una rete informativa in grado di trasferire in tutti i punti del comparto floricolo i modelli di operatività che risultano idonei ed efficaci per affrontare la domanda e di mettere gradualmente i produttori nella condizione di essere soggetti propositivi capaci di influenzare la domanda stessa attraverso le innovazioni e gli sviluppi di modelli di reciprocità.

#### **Azione a regia in convenzione**

**Costo totale:** € 208.333,33

**Costo pubblico:** € 125.000,00

**Tasso di contributo pubblico:** 60%

#### **Spese ammissibili:**

Acquisizione di servizi e consulenze per la diffusione dei risultati, la promozione dei modelli elaborati, ivi compresa, l'opportuna strumentazione tecnica di comunicazione. Servizi informatici e telematici

#### **Beneficiari:**

GAL, Enti o organismi indipendenti.

#### **Condizioni di ammissibilità:**

Coerenza con i progetti specifici di comunicazione.

#### **Obiettivi:**

Diffondere i risultati sia presso i produttori che tra gli operatori di mercato. Incrementare la formazione e la funzionalità di un sistema organico. Migliorare la qualità e la tempistica rispetto alla domanda.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

Aziende raggiunte dalle informazioni di mercato: almeno il 50% delle aziende presenti sull'area, con circa 2.500 contatti e flussi di informazione continuativi.

Ottimizzazione dei rapporti di comunicazione tra produttori e mercato misurabile sui diagrammi dell'andamento dei prezzi e della recettività della domanda.

#### **Criteri di valutazione:**

Il GAL valuterà le proposte di partenariato tecnico in termini di coerenza con gli studi di mercato, di qualificazione e di competenza dei partners e la professionalità dello staff impiegato, di metodologie adottate, di gamma dei prodotti, di numero dei mercati analizzati, di efficienza nel rapporto costi/benefici.

## MISURA 1.5 - AZIONE 4

### E-COMMERCE

I prodotti tipici del territorio e il turismo dell'entroterra rappresentano quasi sempre nicchie di livello qualitativo, disponibili in limitati quantitativi e non ovunque disponibili. Di conseguenza sono particolarmente adatti alla commercializzazione attraverso le nuove metodologie consentite dalla moderna tecnologia informatica.

#### **Azione a sportello**

**Costo totale della misura:** € 125.000,00

**Costo pubblico:** € 50.000,00

**Tasso di contributo pubblico:** 40%

#### **Spese ammissibili:**

Acquisto di hardware, progettazione e acquisto di software finalizzato alla realizzazione di portali e sistemi per il commercio elettronico dei prodotti agricoli locali.

#### **Beneficiari:**

Imprese agricole singole e associate

#### **Condizioni di ammissibilità:**

Efficacia dell'iniziativa rispetto ai volumi della produzione complessiva. Priorità ai prodotti degli itinerari tematici. Ogni progetto deve descrivere qualità e quantità di operatori già aderenti.

#### **Obiettivi:**

Consentire il raggiungimento di qualificati livelli di mercato, pur in carenza di una tradizionale rete di distribuzione commerciale. Comunicare al destinatario anche un messaggio di promozione turistica del territorio di produzione.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

Finanziamento di 3-4 iniziative.

#### **Criteri di valutazione:**

Il GAL utilizzerà esperti, capaci di giudicare le relazioni propositive, che dovranno consentire di simulare l'aspetto relativo alla consultazione. Il GAL compirà anche un test con utenti non esperti per valutare la facilità di accesso e la semplicità di utilizzo del prodotto proposto al finanziamento. Il prodotto dovrà essere modulare, con possibilità di inserire nuovi settori e nuovi operatori senza costi di assistenza specialistica. Privilegio ai prodotti che consentono l'adesione del maggior numero di operatori. L'efficienza del rapporto costo/benefici si misura in costi/operatori collegati, costo/fatturato degli operatori, costi di gestione/operatori collegati, costo dell'operatore/operatori collegati.

## MISURA 1.5 - AZIONE 5

### **AVVIO DI SISTEMI DI GESTIONE AMBIENTALE E PROMOZIONE DI MARCHI DI QUALITÀ ECOLOGICA NEL SETTORE FLORICOLO**

All'interno delle azioni per la qualificazione sul mercato, acquista sempre maggior rilievo la certificazione di qualità nei metodi di produzione.

Nel caso della Riviera la questione è di particolare evidenza in quanto la potenzialità produttiva non si regge sui valori qualitativi o su offerta concorrenziale, ma sulla qualità del prodotto, sulla tradizione del territorio, sulla particolarità e l'intelligenza nell'innovazione.

L'azione intende promuovere presso le aziende l'adesione a programmi finalizzati a metodi di coltivazione ecocompatibili e biologici (Reg. CE n. 2092/91), a programmi per l'acquisizione di marchi di qualità ecologica (Reg. CE 1980/2000) e a programmi di avvio di sistemi di gestione ambientale (ISO14001).

#### **Azione a sportello**

**Costo totale:** € 250.000

**Costo pubblico:** € 200.000

**Tasso di contributo pubblico:** 80%

#### **Spese ammissibili:**

Spese relative all'avvio dei sistemi di certificazione, compresi i costi per i controlli da parte di organismi riconosciuti.

#### **Beneficiari:**

GAL, enti o organismi indipendenti.

#### **Condizioni di ammissibilità:**

Coerenza con le procedure previste dai regolamenti di riferimento. Il sistema di gestione ambientale deve essere esteso a tutti i segmenti della filiera; deve essere accertato che tutti i segmenti della filiera aderiscono al progetto.

#### **Obiettivi:**

Favorire la diffusione di metodi produttivi conformi agli indirizzi di sostenibilità ambientale, potenziare l'immagine di qualità, promuovere l'identificazione territoriale.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi)**

Numero di aziende informate e assistite: circa 300.

#### **Criteri di valutazione:**

Mediante il parere di esperti il GAL valuta la qualità tecnica del progetto in base alla conformità alle norme internazionali a cui si riferisce. L'efficacia del progetto sarà valutata in base al numero degli operatori della filiera aderenti e in base al volume di affari prevedibile per loro a progetto realizzato. L'efficienza del progetto sarà valutata nei rapporti tra costo del progetto per ciascun operatore aderente e tra costo del progetto e fatturato dei prodotti oggetto di certificazione.

## MISURA 2.1 - AZIONE 2

### PROGETTO ARDESIA

In Valle Argentina esistono giacimenti importanti di ardesia. E' opportuno continuare l'estrazione, ma soprattutto è necessario fermare sul territorio una parte del valore aggiunto che questa pietra consente a chi la lavora. Inoltre le cave dismesse costituiscono ambienti straordinari, visitabili dai turisti o adattabili a scopi spettacolari.

#### **Azione a regia in convenzione**

**Costo totale della misura:** € 100.000,00

**Costo pubblico:** € 80.000,00

**Tasso di contributo pubblico:** 80%

#### **Spese ammissibili:**

Progetto di utilizzo a fini costruttivi dello sfrido delle cave. Realizzazione di un seminario internazionale.

**Beneficiari:** GAL, Enti locali.

#### **Condizioni di ammissibilità:**

Si tratta di un'azione a regia. Sarà rivolto un invito a soggetti propositori e si sceglieranno su questa base i partners tecnici dell'azione.

#### **Obiettivi:**

Rilancio delle cave di ardesia. Creazione di nuove opportunità di lavoro, in miniera ma soprattutto nelle botteghe artigiane. Creazione di un circuito collaborativo con la Valfontanabuona e con omologhi centri europei. Avvio sul territorio di una nuova manifestazione cultural-promozionale.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

Realizzazione di uno studio di fattibilità per l'utilizzo degli sfridi di ardesia. Realizzazione di un evento spettacolare nelle cave dismesse.

## MISURA 2.2 - AZIONE 2

### L'AMBIENTE D'ENTROTERRA INTERPRETATO DAGLI EUROPEI

L'orientamento verso il particolare turismo auspicato sul territorio è un tema molto delicato, richiede un progetto e simulazione di risultati. Il GAL ha scelto l'Europa in lingua tedesca come settore da privilegiare e ha assunto un indirizzo di promozione culturale per il turismo. L'azione è centrata sull'analisi congiunta dell'ambiente nel divenire storico, da rappresentarsi a cura degli scrittori e artisti europei.

#### **Azione a regia in convenzione**

**Costo totale della misura:** € 238.446,25

**Costo pubblico:** € 190.757,00

**Tasso di contributo pubblico:** 80%

**Spese ammissibili:** Contatti e incontri seminari per selezionare gli operatori culturali da ammettere alla produzione di nuove manifestazioni culturali e di una comunicazione mirata per un determinato pubblico di lingua tedesca.

#### **Beneficiari:**

GAL, Enti pubblici, Associazioni. Priorità alle partnership internazionali.

#### **Condizioni di ammissibilità:**

L'azione è a regia e prevede l'invito a segnalare idee e spettacoli, tra i quali saranno privilegiati quelli inseriti sulle Strade dell'Olio e sui percorsi tematici.

#### **Obiettivi:**

Arricchire la proposta culturale dell'entroterra soprattutto in funzione del pubblico di lingua tedesca. Rivitalizzare le memorie della civiltà locale. Diffondere l'immagine di questo territorio come luogo meritevole di visita e soggiorno perché a sorpresa presenta sempre occasioni culturali. Stimolare la presenza e/o la residenza di scrittori e artisti, capaci di interagire con l'area.

#### **Indicatori fisici di realizzazione (risultati attesi):**

N. 4 seminari di studio, di cui uno dedicato alle costruzioni in pietra, e n. 3 manifestazioni sperimentali (occasioni di dibattito attorno ad una rassegna culturale allestita sul tema dell'ambiente nell'entroterra di Ponente) italo-tedesche.

PIANO FINANZIARIO GAL				INDICATORI					
Misura	Interv.	Descrizione intervento	Spesa pubblica	Quota privati/GAL	Spesa totale	% Privati	Indicatori realizzazione	Indicatori di risultato	Valore obiettivo
1.1	1	raccordo con rete telematica regionale	-	-	-	0,00%			
1.1	2	e-commerce	-	-	-	0,00%			
1.2	1	servizi telemedicina	-	-	-	0,00%			
1.2	2	servizi integrativi bambini e anziani	-	-	-	0,00%			
1.2	3	informatizzazione dei servizi	-	-	-	0,00%			
1.3	1	eventi e manifestazioni fieristiche	60.000,00	25.714,29	85.714,29	30,00%	n. 30 eventi		
1.3	2	messa in rete esposizioni e fiere	40.000,00	17.142,86	57.142,86	30,00%	n. 4 reti		
1.3	3	pubblicazioni, banche dati	40.000,00	17.142,86	57.142,86	30,00%	n. 12 strumenti	150 imprese coinvolte	
1.3	4	pacchetti turistici integrati	20.000,00	8.571,43	28.571,43	30,00%	n. 5 pacchetti		
1.4	A.1	strutture ricettive	623.498,00	623.498,00	1.246.996,00	50,00%	250-280 posti letto	+ 50% entroterra	
1.4	A.2	miglioramento rete commerciale	150.000,00	150.000,00	300.000,00	50,00%	60-80 imprese	30% delle imprese	
1.4	B.1	rete escursionistica	-	-	-	0,00%			
1.4	B.2	aree sosta caravan e autocaravan	-	-	-	0,00%			
1.4	B.3	itinerari tematici	333.880,00	222.586,67	556.466,67	40,00%	n. 6 itinerari	70% imprese turistiche	
1.4	B.4	ecomusei	35.000,00	23.333,33	58.333,33	40,00%	n. 2 ecomusei	+ 100%	
1.4	B.5	centri di accoglienza per attività sportive	-	-	-	0,00%			
1.4	B.6	collegamenti costa/entroterra	-	-	-	0,00%			
1.5	1	studi di mercato	150.000,00	100.000,00	250.000,00	40,00%	n. 6 studi	70% delle aziende	
1.5	2	consulenza di mercato	125.000,00	83.333,33	208.333,33	40,00%	50 aziende		
1.5	3	standardizzazione prodotti e confezioni	-	-	-	0,00%			
1.5	4	e-commerce	50.000,00	75.000,00	125.000,00	60,00%	4 sistemi	+ 30% vendite	
1.5	5	sistemi di eco-gestione	200.000,00	50.000,00	250.000,00	20,00%	300 aziende	30% aziende	
1.6	1	funzionamento GAL	650.000,00	-	650.000,00	100,00%			
1.6	2	informazione sul GAL e sul PSL	60.000,00	-	60.000,00	100,00%			
1.6	3	animazione economica	-	-	-				
	<b>Totale Asse 1</b>		<b>2.537.378,00</b>	<b>1.396.322,76</b>	<b>3.933.700,76</b>				
2.1	1	assistenza tecnica	-	-	-	0,00%			
2.1	2	azioni comuni	80.000,00	20.000,00	100.000,00	20,00%	n. 2 progetti	+10 partners	
2.2	1	assistenza tecnica	-	-	-	0,00%			
2.2	2	azioni comuni	190.757,00	47.689,25	238.446,25	20,00%	n. 20 partners	+ 4 nuovi sistemi	
	<b>Totale Asse 2</b>		<b>270.757,00</b>	<b>67.689,25</b>	<b>338.446,25</b>				
	<b>TOTALE</b>		<b>2.808.135,00</b>	<b>1.464.012,01</b>	<b>4.272.147,01</b>				

## La capacità finanziaria

Il GAL presenta un piano finanziario articolato su una spesa complessiva di 4.243.025 euro, per un finanziamento pubblico del 65,7% e una quota di autofinanziamento pari a 1.464.012,01 euro.

Il piano per l'asse 1 si articola su 3 misure; la prima al marketing territoriale (spesa di € 228.571,44 al 70% di contributo pubblico); la seconda al turismo rurale (spesa di € 2.161.796,00, al 50-60% di contributo pubblico); la terza relativa all'accesso ai mercati (spesa di € 833.333,33 al 40-60-80% di contributo pubblico). Le iniziative di cooperazione transnazionale prevedono una spesa di € 338.446,25 al 80% di contributo pubblico.

Per quanto riguarda la metodologia di spesa, 2 interventi sono a bando, per un costo di autofinanziamento pari a € 773.498,00, sostenuto direttamente dai beneficiari finanziati. Al contrario restano a regia n. 12 interventi, per un costo complessivo di autofinanziamento, pari a € 690.514,01.

Tutti questi interventi sono a sportello oppure a regia convenzionata attraverso rapporti da stabilire con dei partners tecnici attuatori, capaci di compartecipazione alla spesa di autofinanziamento.

Di conseguenza il GAL non deve garantire con proprie risorse l'autofinanziamento di alcuna iniziativa.

Nella pagina che segue un cronogramma prevede un'accentuazione di spesa nel 2°-3°-4° di attuazione del PSL (2003-2004-2005) durante i quali verrà attuata la spesa complessiva per oltre l'85% del totale, con una riduzione a meno di 685.000 euro nel 2006.

## Cronogramma del PSL

(valori in euro)

AZIONI	TITOLO	Costo totale	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1.3/1	EVENTI E MANIFESTAZIONI FIERISTICHE	85.714,29	-	20.000,00	25.714,29	20.000,00	20.000,00		
1.3/2	MESSA IN RETE DELLE INIZIATIVE PROMOZIONALI DEL TERRITORIO	57.142,86	-	17.142,86	14.000,00	13.000,00	13.000,00	-	-
1.3/3	STUDI E PUBBLICAZIONI SULLA CULTURA MATERIALE	57.142,86	-	6.142,86	17.000,00	17.000,00	17.000,00	-	-
1.3/4	CREAZIONE DI PACCHETTI TURISTICI INTEGRATI NELL'ENTROTERRA	28.571,43	-	18.571,43	10.000,00				
1.4/ A.1	STRUTTURE RICETTIVE	1.246.996,00	-	346.996,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	-	-
1.4/ A.2	MIGLIORAMENTO RETE COMMERCIALE	300.000,00	-	75.000,00	75.000,00	100.000,00	50.000,00	-	-
1.4/ B.3	ITINERARI TEMATICI	556.466,67	-	100.000,00	200.000,00	200.000,00	56.466,67	-	-
1.4/ B.4	ECOMUSEI	58.333,33	-	28.333,33	30.000,00	-	-	-	-
1.5/1	STUDI DI MARKETING PER I PRODOTTI TIPICI	250.000,00	-	125.000,00	125.000,00				
1.5/2	CONSULENZA DI MERCATO NEL SETTORE FLORICOLO	208.333,33	-	108.333,33	50.000,00	50.000,00			
1.5/4	E-COMMERCE	125.000,00	-	50.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	-	-
1.5/5	AVVIO DI SISTEMI FLORICOLI DI GESTIONE AMBIENTALE	250.000,00	-	100.000,00	100.000,00	50.000,00	-	-	-
2.1/2	PROGETTO ARDESIA	100.000,00	-	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	-	-
2.2/2	L'AMBIENTE D'ENTROTERRA INTERPRETATO DAGLI EUROPEI	238.446,25	-	80.000,00	50.000,00	50.000,00	58.446,25	-	-
1.6	<b>COSTI DI GESTIONE</b>	710.000,00	50.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	90.000,00	90.000,00
	<b>TOTALI</b>	<b>4.272.147,02</b>	<b>50.000,00</b>	<b>1.220.519,81</b>	<b>1.166.714,29</b>	<b>970.000,00</b>	<b>684.912,92</b>	<b>90.000,00</b>	<b>90.000,00</b>