

Progetto a regia del GAL “Riviera dei fiori”

Il progetto a regia del GAL RIVIERA ha come obiettivo la formazione di una rete territoriale per la valorizzazione del patrimonio produttivo e culturale.

A tali fini intende sostenere le risorse umane che garantiscono la vitalità del territorio, i servizi che facilitano la permanenza degli abitanti, l’attrattività per il pubblico turistico, la cultura dei prodotti identitari attraverso le reti di vendita e la divulgazione gastronomica.

Il progetto si sviluppa su due direttrici che concorrono alla formazione e al consolidamento stabile di tali reti:

a) Formazione e sviluppo delle “botteghe di paese”(bistrò).

b) Formazione di patti di filiera attraverso tre linee guida:

b1) patto ristoratori -produttori;

b2) patto produttori - botteghe di città;

b3) patto produttori - grande distribuzione.

a) Botteghe di paese (bistrò).

Il progetto intende dare seguito a un progetto strategico Interreg/Alcotra (TOURVAL) sviluppato dalle CCIAA e dalle Province di Imperia e Cuneo in partenariato con Amministrazioni francesi di Alpes Maritimes. Da tale progetto e dalla conseguente animazione territoriale sono nate iniziative che, sul modello dei “Bistrots de pays” francesi, prevedono la formazione di botteghe multifunzionali (nel Ponente ligure chiamate, nello specifico, BISTRO’). Tali “Botteghe di paese” hanno lo scopo prioritario di essere centri di riferimento per le popolazioni locali (vendita prodotti ma anche erogazione di servizi quali pagamenti on line, prenotazioni, contatti con le amministrazioni e il sistema sanitario, ecc ...), centri di promozione delle tipicità per il pubblico

turistico (vetrina territoriale, piccola cucina tipica, prodotti dell'artigianato, ecc ...), centri di informazione e di animazione turistica (guide ai percorsi, calendari delle manifestazioni, esperienze dal vivo, ecc ...).

L'iniziativa Tourval ha avviato un processo di rilancio della bottega sia come luogo di aggregazione sociale che come una utile erogazione di servizi, in tale senso recuperando una funzione storica che la bottega ha avuto fino agli anni sessanta del secolo scorso, momento epocale che ha visto formarsi le nuove modalità di vendita secondo i criteri della grande distribuzione organizzata.

In seguito a tale fenomeno, non semplicemente commerciale ma culturale e di costume, qualcosa di mai visto e di enorme portata, capace di influire in modo determinante sulle abitudini alimentari e sullo stesso sistema produttivo agricolo, la bottega ha preso due direzioni polarizzate, oltre a quella estrema di scomparire.

Si riconoscono a distanza: sono le botteghe sopravvissute e le botteghe di alta moda.

La bottega sopravvissuta lascia intuire che la lotta con il supermercato è persa da tempo e che tuttavia il supermercato la lascia vivere in postazioni inoffensive, addirittura utili come termine di confronto, al fine di dimostrare, definitivamente, che i cambiamenti strutturali non perdonano. Il fatto che la rete, nelle sue maglie elastiche, lasci qualche buco da riempire, dimostra che la rete si è estesa universalmente, tanto che alcune malelingue ritengono che la bottega compri al supermercato all'ingrosso per rivendere al minuto.

La bottega di alta moda sfugge da tale confronto in perdita qualificandosi con merci di grande classe, esposizioni sopraffine, mele lucidate una per una, rarità, servizi personalizzati, ecc ... Anche su questo target, comunque, il supermercato tiene d'occhio gli umori della clientela e non esita ad aprire vere e proprie botteghe al proprio interno (il macellaio, il salumiere, la gastronomia, ecc ...), lasciando intendere che la città commerciale è in grado di rappresentare qualunque aspettativa e di soddisfarla.

In questa visione cos'è diventata la bottega di paese, soprattutto nei paesi isolati di montagna, segnati dalla perdita di popolazione, per ben che vada dal pendolarismo con la città e tuttavia animati da una presenza turistica di rilievo, sia essa stanziale che di transito?

E' qui che la bottega può sfuggire dalla logica imposta dal supermercato, evitando sia la posizione stanca dei sopravvissuti sia la posizione fuori luogo dell'alta moda.

In questo progetto si immagina la bottega di paese come qualcosa di originale e di diverso, rivolta alla popolazione residente e al pubblico turistico, le due componenti essenziali della sua clientela.

Il termine originalità, in questo caso, richiama esattamente il concetto di origine, intendendo con ciò una funzione della bottega come luogo di incontro e di innovazione, non soltanto perché la bottega è stata un centro di divulgazione delle novità commerciali (dalla pasta confezionata, alle scatolette, alla nutella, ecc ...), ma perché era un punto di mediazione verso l'esterno, un'antenna che ritrasmetteva novità e informazione (si vendevano i giornali, c'era il telefono pubblico, lo stesso bottegaio era un uomo di contatti ...).

La bottega, per le popolazioni locali, è stata un "infopoint" di ciò che accadeva altrove.

Nel progetto GAL la bottega sarà un infopoint (di merci e di servizi) di ciò che accade sul posto.

La novità del progetto risiede, essenzialmente, in questa visione.

La vetrina di questa bottega non farà vedere ciò che produce il mondo, ma ciò che si produce qui.

"Qui" si producono cose, ma anche bisogni.

La "bottega di paese" è un centro di promozione del patrimonio locale (sia esso costituito da mele e carciofi o da antichi affreschi) e un centro di "servizi di gentilezza" alla popolazione (pagare una bolletta, ordinare una medicina ...).

Le due categorie di clientela, turisti e residenti, troveranno nella bottega una ragione di incontro effettivo, in quanto sarà il territorio il maggiore fornitore di beni (prodotti agroalimentari, piccolo artigianato, rarità locali ...) e il turista si abituerà a cercarli perché sa che li troverà.

Questa è l'idea di massima.

Il progetto TOURVAL ha già delineato il profilo di "bottega ideale" e si ritiene che, su tale base, ci sia spazio per condividere un disegno, portando le modifiche e gli adeguamenti che l'esperienza concreta sarà in grado di suggerire.

Operativamente il progetto "Tourval Cafè" ha sviluppato specifiche attività di animazione che hanno portato alla definizione di un marchio di qualità denominato "Bistrò di paese" e alla identificazione di un primo nucleo di soggetti aderenti.



Il marchio, a cui è collegata una carta dei servizi, è stato adottato da dieci imprese dell'entroterra imperiese operanti nel settore dell'accoglienza, della ristorazione e della commercializzazione di prodotti agroalimentari. Tale azione, che si è sviluppata attraverso consultazioni con il territorio (enti pubblici locali, associazioni di categoria, imprese interessate), è stata affiancata da una attività di promozione rivolta a valorizzare sia l'entroterra sia le stesse imprese aderenti. Le modalità di promozione hanno portato alla realizzazione di opuscoli promozionali dedicati alle architetture rurali dell'entroterra e ad alcuni esempi di percorsi di visita, oltre che alla realizzazione di biglietti da visita delle aziende realizzati utilizzando le moderne tecnologie digitali del QR CODE, che permettono l'accesso a svariati contenuti informativi. Tali materiali, così come alcuni semplici arredi "brandizzati" Bistrò di Paese, sono stati messi gratuitamente a disposizione delle aziende aderenti e possono costituire la base di partenza di un processo di valorizzazione turistica che ha già avuto positivi riscontri.

Oltre alle attività svolte nell'ambito di Tourval Cafè, occorre ricordare anche la positiva sinergia realizzata con il progetto "Tourval Valorizzazione prodotti tipici", il quale ha intrapreso azioni promozionali per i prodotti identitari dell'entroterra imperiese, prefigurando un patto tra produttori e ristoratori oltre che la definizione di un paniere dei prodotti locali.

Il collegamento al progetto "Tourval" costituisce una opportunità e viene considerato, metodologicamente, come un modo ragionevole di capitalizzare esperienze e risorse. Ciò non significa, tuttavia, che il progetto "botteghe di paese" debba seguire un percorso prefigurato, in virtù di esperienze antecedenti e, in qualche modo, attinenti al tema.

Si osserva, a questo proposito, che l'obiettivo "Bistrò" parte da una formula che vede nel "bar" il modello originario, quindi un bar che si amplia verso la "multifunzionalità". In questa ottica sembra dominare il concetto di "somministrazione" piuttosto che il concetto di "vendita".

Il progetto "bottega di paese" parte invece dal concetto storico di "**emporio**", con ciò sottolineando una formula di rapporto diretto con la merce e quindi con il territorio produttivo.

Il GAL, in questa fase di lancio dell'idea progettuale, si riserva di valutare le tendenze che emergeranno dalla manifestazione di interesse piuttosto che definire in anteprima il modello da seguire. E' probabile che i modelli possano essere più di uno, per cui sembra saggio ascoltare le ipotesi di reale praticabilità.

A scanso di equivoci il GAL intende dare seguito all'idea "Bistrò", ma non intende trascurare lo sviluppo del concetto di "emporio" che, senza polemizzare vanamente con la grande distribuzione, può costituire un modello di rilancio della cultura produttiva del territorio.

b) I patti di filiera.

La seconda direttrice di intervento del progetto a regia GAL riguarda i patti di filiera.

Il termine "patto" sta a indicare un accordo tra soggetti della filiera, che supera le logiche immediate di mercato.

Il grande mercato gestito dalle grandi reti si muove su principi di concorrenza. Nell'ambito della concorrenza, tuttavia, intervengono fattori "accordabili", intenzionali e di prospettiva, per esempio accordi tra produttori e piattaforme distributive in merito alla disponibilità, all'esclusiva, alla particolarità di alcuni prodotti.

In seguito a tali modalità di rapporti commerciali succede che la grande distribuzione si qualifichi attraverso gamme di prodotti esclusivi, sia come genere che come provenienza. I contratti di produzione costituiscono una "enclave" di mercato, la quale, senza sovvertire l'ordine fondamentale dei prezzi, offre alcune garanzie reciproche, tali da consentire una programmazione almeno a medio termine.

Ciò sta a significare che il mercato è anche dialogo, programmazione e patto.

Il mercato allo sbaraglio, dove un prezzo fa il giro del mondo e arriva sul produttore come una sentenza, riguarda le grandi categorie merceologiche (grano, mais, soia, allevamenti, ecc...), le quali, prima o poi, trovano il modo di difendersi e invertire le tendenze.

Con ciò si intende dire che se il piccolo prodotto si mimetizza nella categoria, rinunciando alla propria individualità, sarà un prodotto destinato alla scomparsa, in quanto non ha il potenziale energetico per ostacolare la grande marcia della concorrenza.

Questo è già accaduto nella fase di razionalizzazione virulenta dei mercati, che hanno portato alla standardizzazione della macchina distributiva e alla cancellazione di intere categorie di prodotti che da "originali" sono diventati "anomali".

Tale tendenza ha trovato, per fortuna, alcuni motivi di ripensamento e il mercato ha fatto proprie le stesse controtendenze, promuovendo il recupero di prodotti originali, i quali culturalmente rispondono a specifici, e non sempre esigui, target di consumatori.

La tendenza (o controtendenza) che il progetto GAL intende sostenere consiste in un riflusso o riordino dei valori che il mercato (forse meglio: lo sviluppo culturale dei consumatori) è pronto ad accogliere, riservando spazio ai “patti”.

Il patto non consiste propriamente in un “prezzo inventato” (fuori concorrenza), bensì in un preliminare accordo di fedeltà, dal quale consegue una valorizzazione sul piano effettivo del mercato. Tale valorizzazione è pagata dalla clientela che viene convinta dal valore specifico della merce che si trova lì e da nessuna altra parte.

Questo vincolo con il territorio, già superato dalle modalità di allestimento delle grandi partite merceologiche, viene recuperato in virtù dei bisogni che continuano ad agitare il consumo, i quali bisogni sembrano essere, fondamentalmente, nostalgia di realtà e di memoria.

Ciò valga come premessa alla lontana.

In concreto il progetto GAL mira a favorire un patto di filiera tra ristorazione (turistica) e produzione. Il ristorante, in tale ottica, si qualifica come ambito di esclusività e di identità territoriale. L’esclusività è una carta vincente, sia in quanto non ha concorrenti sia in quanto va a toccare il **bisogno esperienziale** dei consumatori. Questo vale per l’olio, per i vini e per i numerosi prodotti minori, i quali, nel ponente ligure, vanno a chili più che a tonnellate.

L’iniziativa, di per sé, non sembra possa portare specifici fatturati di rilievo nel tempo breve, ma serve comunque ad assicurare una destinazione ai prodotti (sto producendo per..., sono in grado di fare un bilancio previsionale..., posso farci conto..., ecc...) e a consolidare uno stile nei rapporti con il consumatore.

Il patto di filiera acquista senso prima di tutto perché è un patto (= contraenti motivati), modificando l’ottica stessa del produrre in agricoltura attraverso un punto di “visibilità finale” costituito dalla ristorazione.

La stessa **bottega-emporio** è un attore non secondario in questa partita di valorizzazione.

Due ulteriori iniziative caratterizzano l’area progettuale dei “patti”: una introduzione programmata dei prodotti tipici nelle botteghe specialistiche delle città (soprattutto fuori dalla Regione Liguria) e una serie di “promozioni” in aree dedicate della grande distribuzione.

Di seguito verranno rappresentate le azioni concrete, i potenziali soggetti attuatori, le misure di sostegno.

Come costruire il progetto.

Il progetto “**botteghe – patti di filiera**” ha l’ambizione di costituirsi come un progetto pilota, con ciò evidenziando le caratteristiche di modello trasferibile. In questo senso il progetto ha l’obiettivo di mettere in piedi un sistema definito, circoscritto ad ambiti con alta motivazione, verificabile nei risultati e, si spera, imitabile.

Il progetto a regia intende promuovere pertanto una rete di imprese (botteghe, spacci, laboratori, produzioni primarie, ristoranti, sistema turistico, gestione del patrimonio territoriale, ecc ...), motivate a intraprendere una riqualificazione organica delle produzioni e dei servizi, coinvolgendo le amministrazioni pubbliche e intraprendendo nuove modalità di promozione.

Il progetto si configura, già di per sé, come un progetto di promozione territoriale e delle piccole imprese, sia agricole che artigianali e commerciali, in quanto esprime un “tema forte”, il quale, senza andare contro il mercato, cerca di privilegiare l’aspetto di trattativa programmata (= patto), proponendosi come una impennata di energia e di originalità rispetto alla ripetizione non sempre efficace dei cataloghi dei prodotti tipici.

In questo senso il progetto potrebbe avviare un processo di valorizzazione dei prodotti attraverso “contratti di produzione”, tali da assicurare un obiettivo fondato su conti ordinati e trasparenti, riducendo i rischi delle scommesse e delle avventure su mercati che la piccola produzione primaria non è in grado di governare.

Tale prospettiva sembra di particolare interesse per le forze imprenditoriali giovanili, le quali, prima o poi, è possibile che vedano nell’agricoltura un settore integrato nel movimento generale di sviluppo. Alla fine si tratta di attribuire al “campo” (= letteralmente luogo dove si produce) una visibilità e un onore che farà bene al coltivatore e farà bene all’intero sistema, il quale ha bisogno urgente di mantenere le qualifiche di tipicità e, probabilmente, di dimostrarle.

Il progetto non può che dichiararsi aperto alle proposte che arriveranno dal territorio e non intende, preventivamente, allestire griglie rigide di indirizzo, con ciò rischiando di privilegiare eccessivamente l’aspetto di modello e i connessi pericoli di astrazione o di isolamento dalle condizioni reali del territorio.

Il progetto a regia si propone di trovare una linea di equilibrio tra la tendenza prioritaria a una forte integrazione e l’accoglienza per iniziative anche periferiche purché coerenti con gli obiettivi.

Il modello ideale che viene proposto è il “**progetto integrato**” su base territoriale o progetto di comprensorio, attribuendo con ciò una specifica funzione alle amministrazioni pubbliche, le quali sono coinvolte con due specifiche Misure:

Misura 313 – incentivazione attività turistiche (budget: 170.000€)

Misura 322 – sviluppo e rinnovamento dei villaggi (budget: 230.000€).

L’introduzione di queste Misure nel progetto a regia ha, con tutta evidenza, l’intento di generare un sistema organico, per il quale anche le amministrazioni territoriali (Comuni) sono chiamate a intraprendere azioni di valorizzazione del patrimonio come fattore di contesto primario rispetto all’apertura di botteghe, di laboratori, ecc...

Il progetto assegnerà un budget dedicato ai progetti integrati su base territoriale (comprensori) che perverranno già strutturati su principi di integrazione tra gli investimenti.

Ciò non esclude, naturalmente, l’accesso a imprese dislocate diversamente sul territorio, purché aderenti ai patti di filiera, includendo in tali patti anche le “botteghe di paese”, già per loro natura partecipi di un disegno comune e funzionale.

Ai progetti integrati è riservato l’intero budget delle misure di sistema (Misura 313, Misura 322, per un totale di 400.000 €) e il 70% delle Misure di aiuto alle imprese (Misura 123, Misura 311, Misura 312, per un totale di 385.000 €), mentre il 30% è riservato ai patti singoli con un budget di 165.000 €. La misura 331 (formazione) con un budget di 30.000 € è orizzontale a tutto il progetto.

Tabella progetti integrati di comprensorio

Misura 312	200.000	70%	140.000
Misura 123	150.000	70%	105.000
Misura 311	200.000	70%	140.000
Misura 322	230.000	100%	230.000
Misura 313	170.000	100%	170.000
Totale	950.000		785.000

Dotazione progetti integrati di comprensorio 82,63%.

Quota per beneficiari pubblici 50,95%

Quota per beneficiari privati 49,05%

Tabella progetti singoli

Misura 312	200.000	30%	60.000
Misura 123	150.000	30%	45.000
Misura 311	200.000	30%	60.000
Misura 322	==	==	==
Misura 313	==	==	==
Totale	550.000		165.000

Dotazione progetti singoli 17,37%.

Tabella misura trasversale

Misura 331	30.000	100%	30.000
------------	--------	------	--------

La misura 331 "formazione" andrà a beneficio sia dei progetti integrati che dei progetti singoli.

Si precisa che le due ripartizioni (70% e 30%) sono considerate come vasi comunicanti, per cui le risorse eventualmente non impegnate in un settore confluiscono automaticamente nell'altro aumentandone la capienza iniziale.

Percentuali e limiti di spesa

- Il contributo massimo concedibile per progetto integrato di comprensorio è di € 250.000.
- All'interno di ogni progetto integrato di comprensorio i contributi per le due macro categorie di investimenti (gli investimenti pubblici e gli investimenti privati) non potranno rispettivamente essere inferiori al 30% del contributo complessivo accordato al progetto integrato.
- La misura 313 potrà esser attivata dal solo capofila.
- La misura 322 potrà beneficiare di un contributo massimo di €. 60.000 per singolo intervento.
- Le misure 123, 311,312 potranno beneficiare di un contributo massimo di € 40.000 per singolo intervento sia per le domande d'aiuto singole sia per quelle presentate all'interno di un progetto integrato.

In seguito a una ragionevole valutazione dell'efficacia del progetto e nei limiti imposti dalla risorsa disponibile, il GAL ritiene di poter sollecitare la formazione di un numero di progetti integrati tali da rappresentare le macro-aree territoriali, evitando frammentazioni che andrebbero a discapito degli obiettivi dell'azione pilota.

Un progetto integrato ideale viene visto nella formula seguente:

- a) Un Comune capofila (per semplice accordo tra i partner) si assume la realizzazione della Misura 313 (incentivazione attività turistiche), la quale svilupperà le azioni promozionali e incentivanti per tutta l'area e per tutti i soggetti partecipanti; i Comuni aderenti contribuiranno alla copertura della quota parte (20%) con ciò rendendo possibile e facilitato l'accesso alla Misura stessa.
- b) I Comuni aderenti al progetto avranno accesso alla Misura 322 (rinnovamento villaggi), per cui ogni Comune potenzialmente beneficiario potrà presentare progetti, indipendentemente dal bando già aperto e con scadenza al 30 novembre 2012.
- c) Nel territorio dei Comuni che propongono il progetto integrato si deve realizzare almeno un "patto", comprendendo nella fattispecie "patti" anche le botteghe multifunzionali.

Iniziativa e misure attivate

Il progetto Gal a Regia attiva 6 misure del PSR:

123- Accrescimento del valore aggiunto dei prodotti agricoli.

311- Diversificazione verso attività non agricole.

312- Sostegno alla creazione e allo sviluppo di microimprese

313-Incentivazioni di attività turistiche.

322-Sviluppo e rinnovamento dei villaggi

331- Formazione e informazione

Per quanto riguarda l'accesso alle Misure valgono le normative (beneficiari, spese ammissibili, tasso di contributo, ecc...) del PSR Regione Liguria con le limitazioni previste dal GAL nel presente documento . Per le Misure che esprimono una pluralità di azioni (per esempio 123, 311, ecc...) il GAL ha individuato alcune linee prioritarie di intervento ritenute utili alla coerenza del progetto complessivo. A tali aspetti di coerenza il Gal attribuisce un punteggio specifico.

INIZIATIVE AMMISSIBILI

<u>Cosa si può fare</u>	<u>Chi lo può fare</u>	<u>Con quale misura</u>	<u>Con quale budget</u>
<p>a) Apertura, ammodernamento, adeguamento delle botteghe multifunzionali di paese.</p> <p>b) Adeguamento esercizi di ristorazione.</p> <p>c) Attività artigianali (panetterie, pasticci artigianali, laboratori, ecc...)</p>	Microimprese che aderiscono ad un patto di filiera.	312	200.000 €
Trasformazione e commercializzazione di prodotti agricoli di terzi	Microimprese e piccole e medie imprese che aderiscono ad un patto di filiera.	123	150.000 €
attività previste dalle lettere A) e C) della misura 311, attivata dal bando a sportello del GAL Riviera, con esclusione di campeggi ed aree attrezzate.	Aziende agricole	311	200.000 €
Corsi di formazione e campagne informative per gli aderenti ai patti di filiera	Organismi abilitati	331	30.000 €
Interventi per lo sviluppo e rinnovamento dei villaggi.	Enti Pubblici nel territorio dei quali si realizzano patti di filiera e/o sono attivate botteghe multifunzionali	322	230.000 €
<p>a) Incentivazione attività turistiche;</p> <p>b) Servizi di promozione.</p>	Enti Pubblici nel territorio dei quali si realizzano patti di filiera e/o sono attivate botteghe multifunzionali	313	170.000 €

MISURA 123- ACCRESCIMENTO DEL VALORE AGGIUNTO DEI PRODOTTI AGRICOLI

Dotazione finanziaria GAL: 150.000 €

Contributo Pubblico: 40%

Obiettivi e investimenti ammissibili:

- a) investimenti per la trasformazione di prodotti agricoli di terzi.
- b) investimenti per la commercializzazione di prodotti agricoli. I punti vendita al dettaglio sono ammissibili esclusivamente per le associazioni di produttori con le limitazioni previste dal PSR.
- c) investimenti immateriali concessi agli investimenti di cui ai punti precedenti, quali: acquisto di software, creazione e/o ampliamento delle funzionalità siti internet.

Scopo degli investimenti:

Incentivare la commercializzazione dei prodotti agricoli attraverso l'integrazione di filiera.

Beneficiari:

Microimprese, piccole e medie imprese.

Condizioni di accesso:

Adesione ad un patto di filiera.

311- Diversificazione verso attività non agricole

Dotazione finanziaria GAL: 200.000 €

Contributo Pubblico: da 40% a 60%

Obiettivi e investimenti ammissibili:

Sono ammissibili le attività previste dalle lettere A) e C) della misura 311, attivata dal bando a sportello del GAL Riviera, con esclusione di campeggi ed aree attrezzate.

Scopo degli investimenti:

Incentivare il ruolo di presidio territoriale delle aziende agricole attraverso la fornitura di attività e servizi finalizzati al mantenimento del tessuto socio-economico delle zone rurali.

Beneficiari:

Imprenditori agricoli singoli o associati.

Condizioni di accesso:

Adesione ad un patto di filiera.

Misura 312. Incentivazione alla creazione e allo sviluppo di microimprese

Dotazione finanziaria GAL: 200.000 €

Contributo Pubblico: 40% €

Obiettivi e investimenti ammissibili:

- a) Ristorazione e commercializzazione (botteghe, ecc...)
- b) Artigianato (panetterie, pastifici artigianali, laboratori, ecc...).
- c) Ricettività extra alberghiera limitatamente a bed & breakfast;
- d) Nuovi esercizi, o sviluppo di attività esistenti, allo scopo di costituire servizi polivalenti che comprendono servizi postali e bancari, postazioni internet, recapito di prodotti, consegne di farmaci, e altri servizi di interesse collettivo.

Scopo degli investimenti:

Favorire la nascita, nelle zone rurali, di microimprese che operino nella valorizzazione delle risorse locali attraverso la trasformazione e commercializzazione dei prodotti locali, l'artigianato, il turismo, la salvaguardia e valorizzazione dell'ambiente naturale.

Beneficiari:

Microimprese singole o associate.

Condizioni di accesso:

Adesione ad un patto di filiera.

313- Incentivazione di attività turistiche

Dotazione finanziaria GAL: 170.000 €

Contributo Pubblico: da 80%

Obiettivi e investimenti ammissibili:

- a) infrastrutture su piccola scala quali centri d'informazione e segnaletica stradale indicante destinazioni turistiche;
- b) realizzazione di aree attrezzate, piste ciclabili, piste per lo sci di fondo, percorsi escursionistici per trekking, mountain bike, ippoturismo, ecc...;
- c) sviluppo e/o commercializzazione di servizi turistici inerenti al turismo rurale, quali ad esempio:
- innovazione tecnologica dei servizi turistici, con particolare riferimento all'informatica e alla telematica come per esempio: software, tecniche e sistemi di teleprenotazione di posti letto, sviluppo dell'e-commerce ecc.;
 - realizzazione di progetti pilota per lo sviluppo turistico dell'area rurale;
 - organizzazione a livello aggregato di servizi di promozione, ricezione, accoglienza, accompagnamento, animazione turistica e altre attività connesse alle esigenze delle imprese turistiche;
 - progettazione e realizzazione di card turistiche e di carte dell'ospite per facilitare la fruizione da parte dei visitatori dell'offerta turistica locale;

Scopo degli investimenti:

Incentivazione della attività turistiche attraverso la valorizzazione e la promozione del patrimonio ambientale, naturale e storico culturale delle aree rurali.

Beneficiari:

Gruppi di azione locale e altri partenariati misti pubblico-privato. Enti pubblici.

Condizioni di accesso:

Partecipazione ad un progetto integrato.

Misura 322- Sviluppo e Rinnovamento dei villaggi

Dotazione finanziaria GAL: 230.000 €

Contributo Pubblico: da 80% a 90%

Obiettivi e investimenti ammissibili:

- a) Infrastrutture civili: viabilità per l'accesso ai borghi rurali, viabilità interna;
- b) Interventi per migliorare l'attrattività del territorio:
 - arredo urbano;
 - recupero di edifici storici di proprietà pubblica, situati all'interno dei borghi rurali, per localizzare attività culturali e promozionali;

Scopo degli investimenti:

Migliorare il livello delle infrastrutture nei borghi rurali a rischio di spopolamento.

Beneficiari:

Enti pubblici.

Condizioni di accesso:

Partecipazione ad un progetto integrato.

Misura 331- Formazione e informazione

Dotazione finanziaria GAL: 30.000 €

Contributo Pubblico: 100 %

Obiettivi e investimenti ammissibili:

Formazione continua, relativa alle attività di diversificazione.

Scopo degli investimenti:

Supporto alla diversificazione delle attività agricole, con particolare riferimento al raggiungimento dei macro- obiettivi del bando a regia: “botteghe di paese” e “patti di filiera”

Beneficiari:

La misura viene attuata direttamente dalla Regione Liguria che si può avvalere di organismi idonei.

Condizioni di accesso:

Partecipazione ad un progetto integrato.

La valutazione delle proposte.

Le proposte progettuali verranno valutate dal Gal (Consiglio di Amministrazione + tecnici incaricati) con le seguenti modalità:

1) Valutazione dei progetti integrati

Punteggio da attribuire: **somma dei punti.**

Punteggio per Comuni partecipanti: **1 punto per Comune fino a un massimo di 3 punti;**

Punteggio per l'attivazione della Misura 313: **1 punto;**

Punteggio per l'attivazione dei "patti" (patti di filiera o botteghe):

1 punto per ogni azienda coinvolta a livello di patto non contrattualizzato.

2 punti per ogni azienda che contrattualizza almeno per un anno il rapporto commerciale.

1 punto per ogni azienda che presenta domanda d'aiuto.

Punteggio per la coerenza di progetto: **1 punto.**

Per "coerenza del progetto" si intende la realizzazione degli obiettivi di "multifunzionalità", che sono ritenuti determinanti per la realizzazione del progetto.

I progetti integrati verranno ritenuti ammissibili se raggiungeranno **minimo 6 punti**, con ciò intendendo promuovere l'impegno delle amministrazione nel favorire la nascita dei "patti".

2) Valutazione dei progetti singoli

Punteggio da attribuire: **somma dei punti.**

Punteggio per il numero di aziende coinvolte:

1 punto per ogni azienda coinvolta a livello di patto non contrattualizzato;

2 punti per ogni azienda che contrattualizza almeno per un anno il rapporto commerciale

Punteggio per le categorie di prodotti oggetto del patto: **0,5 punti per categoria di prodotto** (per esempio un ristorante o bottega che assicura il ritiro di carciofi, fagioli, patate, conigli, polleria, ecc...);

Punteggio per la coerenza di progetto: **1 punto.**

Per "coerenza del progetto" si intende la realizzazione degli obiettivi di "multifunzionalità", che sono ritenuti determinanti per la realizzazione del progetto.

I progetti singoli verranno ritenuti ammissibili se raggiungeranno **minimo 6 punti**, con ciò intendendo sollecitare rapporti effettivi tra esercizi di commercializzazione/ristorazione e produzione agricola.

Stabilite le graduatorie per ogni categoria di progetti (integrati e singoli), nel caso rimanessero risorse disponibili in una delle due, tali risorse confluiranno nell'altra secondo l'ordine di graduatoria.