



**PIANO DI SVILUPPO LOCALE
MONTEFELTRO SVILUPPO**

PROGRAMMAZIONE 2007-2013

“IDENTITÀ E SVILUPPO”

LINEE FILOSOFICHE DELLA STRATEGIA

IL PROBLEMA DELL'IDENTITA' IN EPOCA DI GLOBALIZZAZIONE	pag.	4
IL VALORE E LA FORZA DI UN'IDENTITA' IDENTIFICABILE E CONDIVISA		
LA CAPACITA' SOCIALIZZANTE DI UN'IDENTITA' INCLUSIVA E NON ESCLUSIVA		
DA UNA SOCIETA' DEL MAL-ESSERE AD UNA SOCIETA' DEL BEN-ESSERE:		
UN PASSASSO OBBLIGATO PER UNO SVILUPPO ETICO		

L'AREA DEL MONTEFELTRO SVILUPPO	pag.	10
COMUNI E DENSITA' POPOLAZIONE RESIDENTE		

PREMESSA	pag.	12
-----------------	------	----

STRATEGIA PROGRAMMATORIA PER LO SVILUPPO LOCALE		
---	--	--

0. IL GAL MONTEFELTRO SVILUPPO	pag.	14
---------------------------------------	------	----

0.1. TITOLO DEL PROGRAMMA DI SVILUPPO LOCALE	pag.	14
---	------	----

0.2 AREA GEOGRAFICA ED AMMINISTRATIVA DI RIFERIMENTO	pag.	14
---	------	----

0.3 DESCRIZIONE DEL GRUPPO DI AZIONE LOCALE	pag.	14
--	------	----

0.3.1 DENOMINAZIONE E NATURA GIURIDICA	pag.	14
--	------	----

0.3.2 OGGETTO SOCIALE, DURATA E PATRIMONIO SOCIALE	pag.	14
--	------	----

0.3.3 SEDE E RIFERIMENTI OPERATIVI	pag.	15
------------------------------------	------	----

0.3.4 PARTENARIATO	pag.	16
--------------------	------	----

0.3.4.1 COMPOSIZIONE DEL PARTENARIATO E RAPPRESENTATIVITÀ	pag.	16
---	------	----

0.3.4.2 MODALITÀ DI AGGREGAZIONE DEI PARTNER	pag.	17
--	------	----

0.3.4.3 ESPERIENZE PREGRESSE ED EFFICIENZA GESTIONALE	pag.	17
---	------	----

0.3.4.4 SCHEDE PARTNER	pag.	18
------------------------	------	----

0.3.5 ORGANI STATUTARI	pag.	23
------------------------	------	----

0.3.5.1 COMPETENZE E FUNZIONI DEGLI ORGANI STATUTARI	pag.	24
--	------	----

0.3.6 STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GESTIONALE	pag.	25
--	------	----

0.3.6.1 ORGANIGRAMMA E MANSIONI DEGLI ORGANI OPERATIVI	pag.	25
--	------	----

1. ANALISI DEL CONTESTO	pag.	27
--------------------------------	------	----

1.1. IL TERRITORIO D'INTERVENTO	pag.	27
--	------	----

1.1.1 CARATTERISTICHE SOCIO DEMOGRAFICHE		
---	--	--

Aspetti demografici		
---------------------	--	--

Aspetti sociali		
-----------------	--	--

L'accessibilità		
-----------------	--	--

I tempi di percorrenza		
------------------------	--	--

La GOVERNANCE: il problema Valmarecchia		
---	--	--

1.1.2 CARATTERISTICHE ECONOMICHE	pag.	33
---	------	----

Tessuto imprenditoriale		
-------------------------	--	--

Risultati economici		
---------------------	--	--

Occupazione e tenore di vita		
------------------------------	--	--

1.1.3 AGRICOLTURA E ZOOTECNIA	pag.	37
--------------------------------------	------	----

L'agricoltura		
---------------	--	--

L'allevamento		
---------------	--	--

1.1.4 AMBIENTE E PAESAGGIO	pag.	40
-----------------------------------	------	----

Il territorio		
---------------	--	--

Conservazione della natura		
----------------------------	--	--

Fauna e flora		
---------------	--	--

Il paesaggio: struttura, funzioni e peculiarità		
---	--	--

1.1.5 IL SISTEMA SOCIO CULTURALE	pag.	50
---	------	----

Il patrimonio culturale		
-------------------------	--	--

Il sistema museale nel Montefeltro		
------------------------------------	--	--

L'organizzazione museale in rete		
----------------------------------	--	--

Gli edifici storici		
---------------------	--	--

I teatri		
----------	--	--

Le reti dei teatri		
--------------------	--	--

Le chiese e i luoghi di culto		
-------------------------------	--	--

Le aree ed i siti archeologici		
--------------------------------	--	--

1.1.6 IL TURISMO	pag.	58
-------------------------	------	----

Il turismo nell'area: domanda e offerta		
---	--	--

Flussi turistici		
------------------	--	--

Analisi delle strutture ricettive		
-----------------------------------	--	--

Manifestazioni ed eventi culturali		
------------------------------------	--	--

Il Consorzio Turistico "Urbino e il Montefeltro"		
--	--	--

1.1.7 L'ANALISI SWOT	pag.	64
-----------------------------	------	----

2. LE STRATEGIE ESPRESSE E I TEMPI PRIORITARI DELLA CONCERTAZIONE:		
---	--	--

COERENZA CON IL QUADRO DI ANALISI TERRITORIALE	pag.	68
---	------	----

2.1. COSA APPRENDERE DALLE PRECEDENTI ESPERIENZE DI PROGRAMMAZIONE	pag.	68
---	------	----

2.1.1 ESPERIENZA DI LEADER II	pag.	68
--------------------------------------	------	----

2.1.2 ESPERIENZA LEADER +	pag.	69
----------------------------------	------	----

2.1.3 ALTRE INIZIATIVE PARTECIPATE DAL GAL	pag.	70
---	------	----

Musa-net. Musa network – rete permanente dei musei adriatici		
--	--	--

"News from RNT" New ways for training and quality labelling in rural and natural tourism		
--	--	--

"Rural track"		
---------------	--	--

“Progetto interrural		
2.2. GLI ORIENTAMENTI COMUNITARI	pag.	72
2.3 LA STRATEGIA LOCALE: L'IDENTIFICAZIONE CON IL TERRITORIO	pag.	74
2.3.1 L'IDENTITA' LOCALE	pag.	75
2.3.2 LE DETERMINANTI DELL'IDENTITA' TERRITORIALE	pag.	76
2.3.3 LE RETI: INTEGRAZIONE E INTERDIPENDENZA DELLE AZIONI	pag.	77
Identità e tipicità		
Identità e qualità		
Il marketing del territorio		
Funzioni del marketing		
2.4. GLI OBIETTIVI: GLOBALE, GENERALE, STRATEGICO	pag.	80
L'obiettivo globale		
Gli obiettivi generali		
Gli obiettivi strategici		
2.5. STRATEGIA INNOVATIVA	pag.	84
2.6. L'APPROCCIO INTEGRATO E MULTISETTORIALE	pag.	84
3. QUADRO GENERALE DI COERENZA STRATEGICA	pag.	87
3.1 COERENZE CON IL PSR	pag.	87
3.2 COERENZE CON IL POR	pag.	89
3.3 COERENZA CON LE PREVISIONI DEGLI STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE	pag.	91
3.3.1 IL PIT (PIANO DI INQUADRAMENTO TERRITORIALE REGIONE MARCHE)	pag.	91
Motivazioni		
Obiettivi		
Coerenza tra strategie del PSL		
3.3.2 IL PTC (PIANO DI COORDINAMENTO PROVINCIA DI PESARO)	pag.	92
Motivazioni		
Obiettivi		
Coerenza tra strategie del PSL e del PTC		
3.4 COERENZA CON GLI ALTRI STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE REGIONALE	pag.	92
3.4.1 PIANO PER IL CLIMA REGIONE MARCHE	pag.	92
Obiettivi		
Coerenza con il PSL		
3.4.2 PIANO ENERGETICO AMBIENTALE REGIONALE	pag.	93
Sfruttamento delle energie rinnovabili		
Coerenza con il PSL		
3.4.3 PIANO FORESTALE REGIONE MARCHE	pag.	95
Coerenza con il PSL		
3.4.4 PIANO BENI CULTURALI REGIONE MARCHE	pag.	95
Coerenza con il PSL		
3.4.5 PIANO TELEMATICO REGIONALE	pag.	97
Coerenza con il PSL		
3.4.6 PIANO PER GLI IMMIGRATI REGIONE MARCHE	pag.	97
Coerenza con il PSL		
4. COMUNICARE INFORMARE COINVOLGERE	pag.	99
4.1 COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE E PATRIMONIO D'IMMAGINE	pag.	99
4.2 L'AGENTE DI SVILUPPO: COINVOLGIMENTO DEL PARTERNARIATO	pag.	100
Chi è l'agente di sviluppo		
Quale attività svolge		
Competenze professionali		
4.3 IL METODO ESAW	pag.	103
4.4 LE AZIONI DI ANIMAZIONE E DI PARTECIPAZIONE GIA' SVOLTE	pag.	103
4.5 AZIONI DI CONCERTAZIONE CON ALTRI ORGANI DECISIONALI CON AUTORITA'		
PROGRAMMATORIA SUL TERRITORIO DEL GAL MONTEFELTRO	pag.	108
4.6 PROCESSO DECISIONALE CHE SEGUE L'AZIONE DI CONSULTAZIONE ED ANIMAZIONE	pag.	108
5. COOPERAZIONE INTERTERRITORIALE	pag.	110
5.1 I TEMI PREVALENTI DELLA COOPERAZIONE	pag.	110
6. COERENZA DEL PIANO FINANZIARIO CON LE STRATEGIE	pag.	111
6.1 CALCOLO DELLA DOTAZIONE FINANZIARIA DEL GAL MONTEFELTRO	pag.	111
6.2 IL PIANO FINANZIARIO PER "OBIETTIVI STRATEGICI"	pag.	111
6.3 MISURA 4.3.1 GESTIONE DEL GAL ED ACQUISIZIONE DI COMPETENZE ED ANIMAZIONE	pag.	114
7. ANIMAZIONE SUCCESSIVA ALLA DEFINIZIONE DELLE LINEE STRATEGICHE	pag.	116
7.1 AZIONI DI ANIMAZIONE		
7.2 CONCERTAZIONE CON LA PROVINCIA DI PESARO E URBINO		
7.3 ESITI E RISULTATI		
7.4 STRATEGIE E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE		
8. COERENZA PROGRAMMATICA TERRITORIALE	pag.	123
8.1 IDENTITA' E SVILUPPO ATTRAVERSO LA FORMULAZIONE DI UN DISTRETTO CULTURALE EVOLUTO		
8.1.1 CHE COS'È UN DISTRETTO CULTURALE?		
8.1.2 CHE COS'È UN DISTRETTO CULTURALE EVOLUTO?		
9. SCHEDE TERRITORIALI	pag.	132
10. SCHEDE COOPERAZIONE INTERTERRITORIALE E	pag.	167
11. PIANO FINANZIARIO	pag.	183
ALLEGATI		

LE LINEE FILOSOFICHE DELLA STRATEGIA

Il problema dell' identità in epoca di globalizzazione

Paolo Ercolani

Facoltà di Scienze della Formazione
Università di Urbino

Soltanto ad una lettura superficiale, e svincolata dalle ricadute pratiche che implicano i concetti epocali, può sembrare paradossale il fatto che proprio in tempo di “globalizzazione” acquista maggiore pregnanza e risponde a un bisogno diffuso il concetto di “identità”, intesa anzitutto come riappropriazione di alcune peculiarità personali, territoriali e sociali, che la fase storica attuale sembra voler spazzare via insieme ai confini geografici.

Se l'epoca globale ci pone di fronte a quello che è stato definito il superamento della “costellazione nazionale” (Habermas), ossia l'elemento fino a pochi anni fa universalmente riconosciuto come capace di conferire identità territoriale e culturale alle realtà chiamate Stati (a loro volta divisi al proprio interno in Regioni e Province), essa ha fatto emergere parallelamente un altro fenomeno che può essere definito con il “bisogno delle realtà territoriali legate da comuni valori culturali, territoriali ed economico-sociali, di rintracciare un nuovo elemento propulsore di identità”, che permetta loro di non sparire inghiottite dal turbinoso e magmatico movimento globalizzante.

Tanto più, insomma, la globalizzazione sembra superare le identità nazionali, attraverso il superamento delle tradizionali divisioni geografiche e territoriali (si pensi ai fenomeni come la produzione deterritorializzata o la world wide web), quanto più le comunità locali sentono la necessità di difendere la propria identità, spesso e volentieri rinforzandola con connotazioni talmente estreme da produrre conflitti ed esclusioni all'interno della comunità stessa o con le realtà vicine e circostanti (questa tendenza viene definita col termine “Local”, e da qui nasce il conflitto dialettico “global-glocal”, espressione delle due tendenze opposte ma complementari).

Sono soprattutto le piccole realtà o comunità che, comprensibilmente spaventate dalla “società del rischio” (Beck), un rischio che anch'esso supera le abituali frontiere per farsi più indeterminato e capzioso, si chiudono ideologicamente e fattivamente all'interno del proprio “local”, radicalizzando a dismisura la propria “identità” e ponendo le basi per elementi di conflittualità sociale e di preclusione rispetto alle indubbi potenzialità produttive create da un'economia partecipata e dalla sinergia possibile fra identità differenti.

La crisi dell'identità territoriale e culturale prodotta dal superamento della tradizionale costellazione nazionale, insomma, vede come esito quello di spingere le comunità locali a ricercare una nuova identità che si distingue per radicalismo ed esclusività, finendo appunto con l'escludere tutti coloro che non vengono riconosciuti come perfettamente interni a quella medesima identità.

In questo si può scorgere il seme della dissoluzione di quel vincolo sociale e culturale che sta alla base di ogni comunità che voglia e possa essere produttiva e utile alla società tutta oltre che a se stessa. Se dal concetto moderno di identità statale, fondato sulla “razionalità” weberiana, si torna a forme di identità fondate sulla “paura” e sulla logica “amico-nemico” (Hobbes e Schmitt), si corre il serio rischio di ritrovarsi con realtà locali

confittuali e chiuse in se stesse, incapaci quindi di produrre una ricchezza socializzabile e condivisibile.

Per questo c'è bisogno di individuare un nuovo metodo di costruzione di un'identità che possa includere e non escludere, che possa rafforzare i vincoli e non i conflitti, che sia più duttile e meno dogmatica.

Il valore e la forza di un'identità identificabile e condivisa

Il metodo tradizionale di costruzione dell'identità, precedente all'epoca globalizzata, consisteva in un'applicazione ferrea di quello che in filosofia era chiamato "principio di identità", in base al quale il soggetto X è uguale a se stesso e non è (né può essere) Y, poiché l'identità Y appartiene a un altro soggetto. Questa metodologia prevede la costituzione di identità nette e fisse, non per forza in conflitto ma comunque sprovviste di un contesto o terreno comune che le metta in comunicazione a-priori. Il terreno comune in cui si trovavano ad operare era dato dalla realtà territoriale, costituita da confini geografici e territoriali certi e stabili. Questo paradigma era vero nell'epoca della costellazione nazionale, ma in virtù di quanto abbiamo analizzato al punto 1 si rivela inadeguato al tempo presente, un tempo in cui il soggetto X e il soggetto Y (e via dicendo) faticano a trovare un riconoscibile terreno comune di azione.

Per sopperire a ciò, si può formulare il metodo di costruzione delle identità alla maniera del filosofo e logico inglese Peter Thomas Geach, il quale ben lungi dal comparare delle identità sulla base del semplice incontro fra realtà diverse ("X è identico con Y è un'espressione incompleta", affermava), individuava un terreno comune che costituiva l'elemento ponte per il riconoscimento e il confronto fra le diverse identità: "X è lo stesso A di Y, dove A rappresenta un nome fittizio che viene definito in base al contesto in cui ci si trova ad operare" (P. T. Geach, *Logic Matters*, Basil Blackwell, Oxford 1972, p. 238).

Volendo uscire dalla complessità logica del filosofo inglese, si può dire che il concetto di identità espresso da Geach non contempla delle identità prestabilite e immodificabili che corrono il rischio di non riconoscersi, o peggio entrare in conflitto, in assenza di un terreno comune identificabile e condiviso, ma anzi, le identità non sono tali fino in fondo e non possono essere riconoscibili da altre identità se prima non si individua un contesto comune che consente a tutti, almeno potenzialmente, di operare e cooperare certamente per scopi individuali, ma sempre nell'ambito di un terreno condiviso che garantisce che il risultato finale possa andare a contribuire in una certa maniera al progresso collettivo.

Si può ricorrere ad un esempio immaginando due realtà economico sociali, X e Y, che si trovano a competere o comunque operare all'interno di una comunità per scopi certamente individuali. Se noi ci atteniamo al modello classico di identità, applicato nella nostra epoca globalizzata, rischiamo fortemente di trovarci di fronte a due (id)entità incapaci di comunicare, fornite di configurazioni e scopi molto precisi e settoriali ma sostanzialmente solipsistici, incapaci di andare a creare un prodotto che sia di beneficio per l'intera comunità. Comunità di cui si fatica a scorgere i contorni e l'identità, al punto da risultare ostico per X e Y, anche in presenza di buone intenzioni, riuscire a contribuire al progresso della comunità stessa nella sua interezza.

Se invece si applica il paradigma di Geach, esplicabile con la formula secondo cui "X si identifica con Y in quanto entrambi, a priori, sono portatori di un'identità che si richiama ad A", allora possiamo pensare alle due (id)entità economico-sociali dell'esempio che trovano un terreno comune di azione, pure nell'eventuale diversità dei settori e delle finalità, in

quanto aprioristicamente appartenenti, e capaci di riconoscersi in un'identità ulteriore che le contempla e abbraccia, quale può essere la comunità territoriale nel suo insieme.

Si tratta, insomma, di un concetto di identità molto più duttile ed assai meno statico e dogmatico, più agevolmente identificabile e condivisibile all'interno di un contesto in cui tanti soggetti (ognuno portatore di una propria identità) si trovano ad operare per raggiungere dei fini propri che, però, al tempo stesso, contribuiscono alla ricchezza e alla crescita di un'entità che le raccoglie (Provincia, Comunità locale, Regione, etc.).

E' ovvio che perché sia applicabile la formula secondo cui "*X si identifica con Y in quanto entrambi, a priori, sono portatori di un'identità condivisa che si richiama e riconosce in A*", occorrono tre elementi fondanti: 1) La costruzione di un'identità riconosciuta e condivisa di A (cioè del contesto o terreno che contiene tutte le altre singole identità; 2) Che questa identità di A non sia dogmatica e statica, ma duttile e capace di adeguarsi alle diverse realtà e circostanze, in modo tale da non essere vissuta come un'imposizione superiore da parte delle singole identità (X, Y, etc.); 3) Che tutti quanti si dispongano a vestirsi di un'identità "inclusiva" e non "esclusiva", capace di far convogliare gli sforzi e di fornire ai singoli elementi la sicurezza di far parte di un contesto condiviso e tollerante, in grado di fornire senso e protezione alle attività delle singole identità purché esse stesse siano disposte a fare altrettanto e a rispettare delle regole comuni e valide per tutti.

Del resto ogni soggetto tiene a formarsi un'identità anzitutto perché questa sia riconosciuta e legittimata dagli altri, quindi dalle altre identità (non a caso l'"identificazione", nella psicoanalisi, indica quel processo mediante cui il soggetto si costituisce gradualmente come tale assimilando uno o più tratti di un altro soggetto e modellandosi su di essi): il concetto di identità promosso da Geach e fatto proprio in questa sede, proponendo un terreno comune a priori in cui le singole identità possano formarsi, riconoscersi e cooperare, sembra il più adeguato a salvaguardare le identità delle comunità locali all'interno del grande mondo globalizzato.

La capacità socializzante di un'identità inclusiva e non esclusiva

Il concetto di identità di cui si è parlato, inoltre, proprio perché dinamico, non dogmatico e capace di conciliare al proprio interno differenze e alterità, grazie al riferimento comune che queste fanno all'identità comune che le contiene e mette in relazione (A), rende possibile una comunità che, pur nelle diversità dei soggetti operanti al proprio interno, progredisce come una cosa sola, trasformando in elementi di avanzamento e ricchezza comune quelle alterità che in epoca di globalizzazione rischiano di trasformarsi in fattori di conflitto e divisione.

La globalizzazione, intesa in questo caso come fase storica in cui si assiste al superamento della costellazione nazionale, attraverso i meccanismi di cui abbiamo parlato (indebolimento delle identità nazionali con conseguente radicalizzazione di identità localistiche ed esclusive), ci mette di fronte alla necessità di riscoprire un'idea di identità al tempo stesso "universale" ed "inclusiva", capace quindi di far sentire tutti i soggetti partecipi di un progetto comune e, soprattutto, capace di non porsi in un'ottica di conflitto, emarginazione o esclusione rispetto a comunità diverse.

Un'identità di questo tipo contempla e favorisce l'"inclusione dell'altro" (altre identità, altri progetti, altre realtà etc.) con modalità che esulano dalla logica capziosa dell'assimilazione: "*Inclusione* - scrive Habermas (in J. Habermas, *L'inclusione dell'altro. Studi di teoria politica*, Feltrinelli, Milano 1998, p. 10) - *qui non significa accaparramento assimilatorio, né chiusura contro il diverso. Inclusione dell'altro significa piuttosto che i*

confini della comunità sono aperti a tutti: anche -e soprattutto- a coloro che sono reciprocamente estranei e che estranei vogliono rimanere".

Un'identità che sappia riconoscere la diversità come elemento non soltanto da non emarginare o combattere, ma persino da includere come potenziale fattore di ricchezza e avanzamento comune, è quanto di più appropriato al fine della costituzione di una comunità locale (culturale, sociale, economica etc.) che voglia recitare un ruolo di primo piano all'interno di un mondo in rapida evoluzione.

Questo tipo di identità, in conclusione, condivisa (Geach) e inclusiva (Habermas), si rivela come antidiogmatica e permette un avanzamento (della conoscenza, della ricchezza, del tessuto sociale, etc.) della comunità nel suo complesso, creando di fatto i presupposti per quel "consenso per intersezione" (*overlapping consensus*, John Rawls) che è fondato sulla convivenza e collaborazione di istanze (principi) diverse accomunate dal comune riconoscimento di una cornice istituzionale. Un'identità condivisa, insomma, che consente e favorisce il contributo di tutti e che trasforma la diversità in fattore di ricchezza.

L'alternativa a ciò, nell'epoca presente, consiste o in una perdita totale dell'identità nel flusso magmatico del processo globale o la radicalizzazione di identità estremistiche ed esclusive che sono portatrici di conflitti all'interno di una stessa comunità e nei confronti di altre identità.

Da una società del mal-essere ad una società del ben-essere: un passaggio obbligato per uno sviluppo etico

Almo Farina

Dipartimento di Scienze dell'Uomo, dell'Ambiente e della Natura
Università di Urbino

Lo sviluppo di un territorio passa necessariamente attraverso il raggiungimento del ben-essere delle persone fisiche e delle società che queste formano; per far questo è necessario attivare investimenti rivolti sia alla valorizzazione del capitale umano, sia del capitale sociale che di quello naturale. Si intende per capitale umano le qualità intrinseche delle persone fisiche, la loro capacità di acquisire ed elaborare informazioni e giungere a risultati proiettabili sull'intorno sociale. Il capitale sociale fa riferimento all'insieme di processi che legano tra di loro le persone e concorrono a creare un contesto di benessere i cui benefici si distribuiscono nell'intorno dei singoli individui e loro aggregazioni (e.g famiglia, gruppi di interesse). Infine il capitale naturale è quell'insieme di organismi e processi strutturali e funzionali che concorrono a mantenere livelli elevati di neg-entropia nei sistemi.

Il ben-essere è raggiunto da una società attraverso percorsi basati sull'etica, sull'equa ripartizione delle risorse, sulla partecipazione collettiva alle decisioni chiave per un territorio, sull'accesso etico a beni e servizi. Il ben-essere è oggi uno status raro in molte società ed è in rapida decrescita soprattutto in aree sviluppate. Le cause vanno ricercate in una molteplicità di fattori negativi che interagendo tra di loro creano le condizioni per una emergenza di disagi sociali, economici e culturali diffusi e non facili da essere rimossi.

La politica, espressione superiore del governo della cosa pubblica, rappresenta lo strumento capace di mantenere nelle società equilibri e tradeoff tra i differenti portatori di interesse coniugandone esigenze e smorzando comportamenti egoistici e competitivi. Alla politica spetta il primato nell'individuazione della direzione alla quale rivolgere le dinamiche ed i processi delle società. La politica è esercitata sia dai singoli cittadini con le loro azioni personali che dai gruppi organizzati (partiti, associazioni, club) attivando dinamiche adattative e proattive capaci di porre obiettivi e tendere a "stadi serali" sociali ed economici in cui sono previste ottimizzazioni sociali, economiche e culturali. Questa tendenza trova sul proprio percorso ostacoli e costrittori antropogenici e naturali che alla fine ne fanno in parte deviare il percorso venendo così a crearsi comportamenti complessi.

La geografia impone il riconoscimento di identità, ruoli e destini a società legate a territori, fenomeno questo non dissimile da quello delle città ma differenziato per le discontinuità infrastrutturali e sociali a cui rispondono le società che vivono in aree extra-urbane ed in particolare in quelle montane.

L'organizzazione locale, un tempo regola, è oggi in parte messa in discussione da comportamenti "etero-poietici" che fornendo dall'esterno risorse finanziarie rendono alcuni processi più facili da attivare esponendo nel contempo le società locali ed i loro territori a rischi di destabilizzazione sociale e culturale (perdita dell'identità, perdita di valori, insicurezza ed incertezza economica).

L'effetto catalizzatore di risorse esterne può essere raggiunto solo a condizione che tali risorse siano capaci di cogliere gli aspetti interni maggiormente suscettibili di essere migliorati o rafforzati.

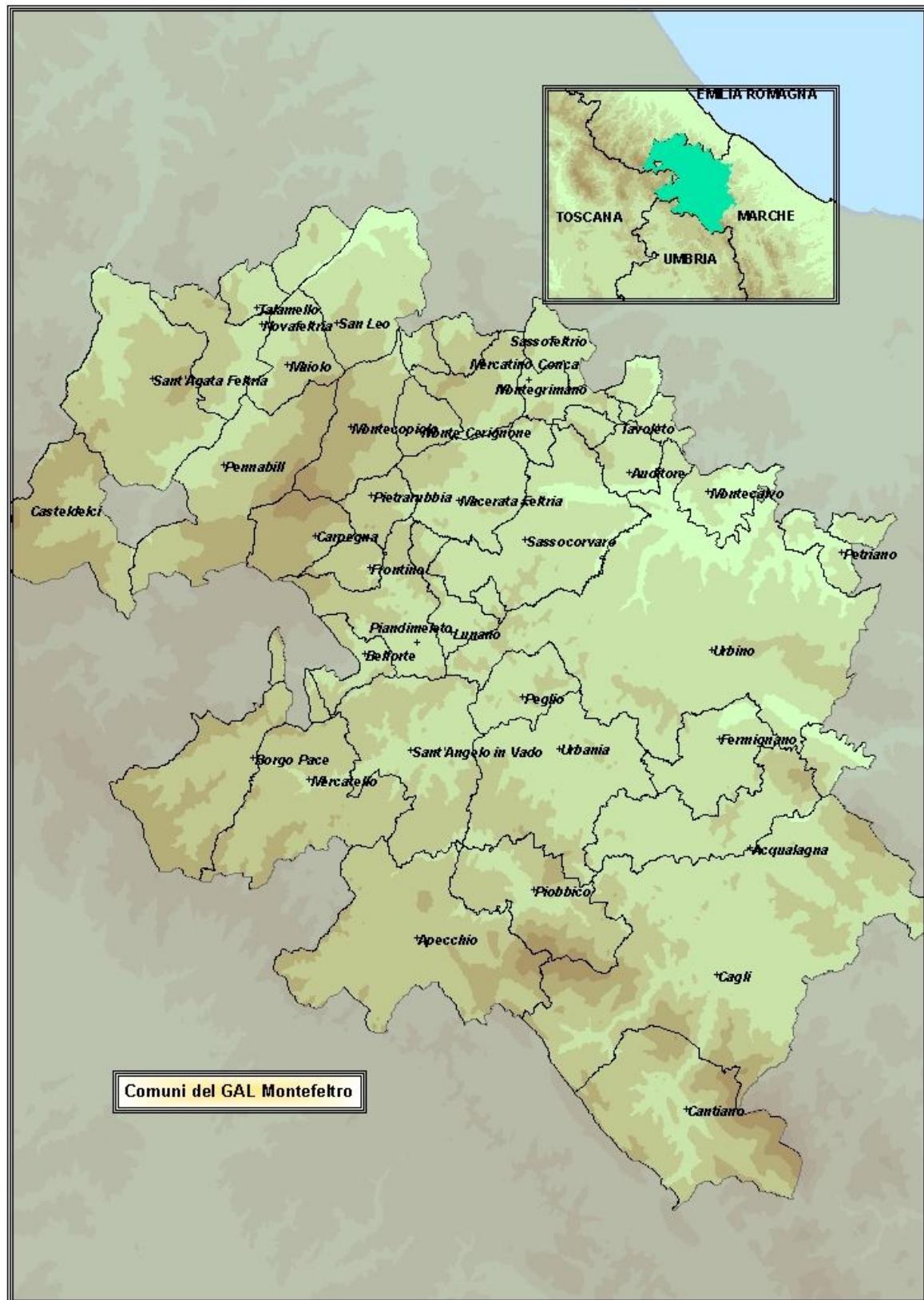
Per questo l'ingresso di risorse finanziarie deve essere considerato con molta attenzione e comunque devono essere previste azioni di tutela e di traduzione eco-semiotica. Queste azioni devono scaturire da una rigorosa impostazione di progetti a lungo termine capaci di superare le turbolenze economiche e sociali tipiche della globalizzazione attuale, riscoprendo valori e comportamenti localistici essenziali per poter tornare a prendere contatto con le risorse locali.

Corrispondente al ben-essere dell'uomo incontriamo il ben-essere della natura come espressione sintetica della diversità biologica. Secondo il paradigma del "Full world" * l'uomo non è visto sempre e solo come un intruso che crea irreversibili impatti negli ecosistemi, ma in molti casi rappresenta una specie chiave e come tale esercita un controllo indiretto su molti processi e sugli organismi. Dove l'azione dell'uomo ha mantenuto stretti e durevoli legami con le risorse offerte dal territorio si sono venuti a creare ambienti particolarmente favorevoli a molte specie di piante e di animali; in molti casi tali situazioni esprimono una diversità biologica ed una abbondanza degli organismi superiori ad ambienti meno manipolati dall'uomo. Ne deriva pertanto la considerazione che là dove esiste ben-essere delle società umane esiste un corrispondente ben-essere della natura. Queste due espressioni del ben-essere diventano sicuramente auto referenziali ma non vi è dubbio che le loro reciproche influenze concorrono alla reciproca stabilità temporale ed aprono la strada ad ulteriori processi che possono coinvolgere società in deficit di ben-essere.

Questo aspetto è oggi visto come un possibile valore aggiunto che può suscitare interessi esterni verso le aree del ben-essere che finiscono per svolgere un ruolo terapeutico e pertanto diventando esse stesse una forma di risorsa sociale ed ambientale ricercata e quindi inseribile in un mercato.

*Farina, A. 2006. Il Paesaggio cognitivo. Franco Angeli, Milano.

L'AREA MONTEFELTRO SVILUPPO



COMUNI E DENSITA' POPOLAZIONE RESIDENTE NELL'AREA LEADER

	COMUNE	POPOLAZIONE	SUPERFICIE Ha	
PU	ACQUALAGNA	4.344	5.074	C3
PU	APECCHIO	2.107	10.326	D
PU	AUDITORE	1.503	2.030	C3
PU	BELFORTE ALL'ISAURO	752	1.199	D
PU	BORGOPACE	669	5.595	D
PU	CAGLI	8.956	22.616	D
PU	CANTIANO	2.486	8.310	D
PU	CARPEGNA	1.666	2.831	D
PU	CASTELDELCI	493	4.921	D
PU	FERMIGNANO	8.233	4.327	C2
PU	FRONTINO	347	1.074	C3
PU	LUNANO	1.343	1.462	C3
PU	MACERATA FELTRIA	2.020	4.023	C3
PU	MAIOLO	829	2.440	C3
PU	MERCATELLO SUL METAURO	1.501	6.859	D
PU	MERCATINO CONCA	1.091	1.447	C3
PU	MONTE CALVO IN FOGLIA	2.630	1.824	C2
PU	MONTECERIGNONE	672	1.804	C3
PU	MONTECOPIOLO	1.270	3.574	D
PU	MONTEGRIMANO	1.205	2.401	C3
PU	NOVAFELTRIA	7.016	4.178	C3
PU	PEGLIO	758	2.020	C2
PU	PENNABILLI	3.145	6.966	D
PU	PETRIANO	2.799	1.132	C2
PU	PIANDIMELETO	2.018	3.996	C3
PU	PIETRARUBBIA	719	1.305	C3
PU	PIOBBICO	2.070	4.816	D
PU	SAN LEO	2.998	5.332	C3
PU	SANT'AGATA FELTRIA	2.349	7.930	C3
PU	SANT'ANGELO IN VADO	4.019	6.744	D
PU	SASSOCORVARO	3.482	6.652	C3
PU	SASSOFELTRIO	1.305	2.087	C3
PU	TALAMELLO	1.147	1.053	C3
PU	TAVOLETO	855	1.199	C3
PU	URBANIA	6.785	7.779	C2
PU	URBINO	15.373	22.807	C2
	TOTALE	100.995	180.133	

Fonte: Regione Marche nostra elaborazione

PREMESSA

STRATEGIA PROGRAMMATORIA PER LO SVILUPPO LOCALE

Le politiche per lo sviluppo locale hanno subito delle importanti trasformazioni che hanno "indotto" gli Enti Locali, a valorizzare le risorse del proprio territorio e attivare nuove opportunità di investimento, sia che provengano da attori privati, sia che giungano da finanziamenti Pubblici.

Per fare questo, gli Enti e le componenti economico-sociali cercano, sempre più di individuare riferimenti locali ed extra locali capaci di affiancarli nel processo di analisi delle necessità, individuazione delle opportunità, acquisizione delle risorse. I GAL devono a nostro avviso consolidare il proprio ruolo di promotori ed agenti dello sviluppo, facilitatori di accordi tra operatori, partner all'interno di politiche cui partecipano molti attori, riferimento nelle programmazioni di area vasta, trasformarsi cioè in vere e proprie "AGENZIE DI SVILUPPO".

Ad un cambiamento delle politiche territoriali non possono corrispondere gli strumenti tradizionali, ma occorre fare riferimento ad un nuovo "processo" di programmazione, la cui efficacia non si affida più a piani previsionali statici, onnicomprensivi e destinati alla ricerca incessante di un punto di incontro e di equilibrio con le spinte progettuali che provengono "dal basso".

Le interrelazioni che intervengono tra tematiche territoriali, economiche, ambientali e dello sviluppo, impongono di raggiungere elevati livelli di efficacia nell'approccio integrato e coordinato, finalizzato a sostenere le vocazioni e le specialità delle singole aree in modo da favorire più alti livelli di qualificazione e di valorizzazione delle risorse esistenti, oltre al rafforzamento complessivo ed armonico dello sviluppo economico territoriale.

Alla luce di questo contesto di riferimento il PSL costituirà, nei prossimi anni, uno degli strumenti di attuazione fondamentale per il territorio del "Montefeltro Leader", non tanto per le risorse economiche che metterà a disposizione, la cui entità non può di certo da sola intendersi come risolutiva delle debolezze del territorio, bensì per le modalità con le quali tali risorse potranno essere gestite, divenendo così promotore di un metotodo più che dispensatore di fondi.

Inoltre, la valenza complessiva di un programma d'interventi di promozione offre la possibilità di attuare lo sviluppo sostenibile dell'area operando in modo sinergico fra le varie realtà territoriali:

- nelle aree marginali, caratterizzate da sotto utilizzazione delle risorse, puntando al miglioramento qualitativo del patrimonio naturalistico e culturale, alla riduzione dell'abbandono, al miglioramento del livello di vita delle comunità rurali locali ed alla loro piena integrazione nella gestione del territorio;
- nelle aree sovra utilizzate, puntando al recupero degli ambienti compromessi, alla riduzione della pressione sulle risorse naturali ed alla risoluzione dei conflitti sul loro uso, all'accrescimento dell'offerta di servizi per una corretta fruizione delle risorse stesse.

Il documento strategico si articola in sei capitoli ed è così strutturato:

Nel primo capitolo si affrontano le analisi che definiscono il contesto del territorio del GAL Montefeltro Leader. In termini territoriali valuteremo alcune caratteristiche socio demografiche ed economiche, dedicando un particolare approfondimento ai temi dell'ambiente e paesaggio, dei beni culturali e del turismo considerando tali settori vere e proprie colonne portanti dello sviluppo territoriale. L'analisi del contesto si conclude con

l'analisi SWOT. Tale capitolo è stato costruito con il contributo delle azioni svolte durante la programmazione di Leader+.

Il secondo capitolo affronta le strategie programmatiche, ponendo a base di esse l'IDENTITA' come perno delle politiche di sviluppo. Il concepimento della filosofia, formulata durante la concertazione preliminare al programma stesso, con la quale si intenderà procedere nella fase di programmazione e successivamente nella fase di esecuzione del programma, costituisce uno dei passaggi fondamentali. Quelle che risultano essere le usuali metodologie di sviluppo territoriale dovranno fare i conti con il costante confronto con l'identità del territorio.

Il terzo capitolo permetterà di verificare la coerenza delle strategie programmatiche, del futuro PSL, con gli altri strumenti di programmazione presenti o che agiscono nell'ambito territoriale.

Il quarto capitolo tratta le modalità di animazione che hanno visto coinvolto il partenariato locale durante la fase di formulazione delle strategie, e quali saranno le attività previste sino alla formulazione del PSL e durante la realizzazione dello stesso.

Il quinto capitolo affronta i temi della cooperazione territoriale ed interterritoriale dettando le prime linee di riferimento su quelle che saranno le azioni da privilegiare in campo regionale, nazionale e .

Il sesto capitolo affronta, ancora sommariamente, il piano finanziario del nuovo PSL, eseguendo le verifiche di congruità tra le strategie delineate e gli impegni previsti.

0. IL GAL MONTEFELTRO SVILUPPO

0.1. Titolo del Programma di Sviluppo Locale

Quadro 1.1	Titolo
Programma di Sviluppo Locale 2007-2013 del GAL “Montefeltro Sviluppo” denominato: Identità e Sviluppo	

0.2 Area geografica ed amministrativa di riferimento

Quadro 2.1 Area geografica

PROVINCIA	SUPERFICIE	POPOLAZIONE	DENSITÀ
Denominazione	Kmq	Abitanti	Abitanti/Kmq
Pesaro e Urbino	1.801,33	100.995	56,06

Classificazione aree rurali componenti l'area GAL:

C2	Area rurale intermedia a bassa densità abitativa
C3	Area rurale intermedia con vincoli naturali
D	Area rurale con problemi di sviluppo

0.3 Descrizione del Gruppo di Azione Locale

0.3.1 Denominazione e natura giuridica

Quadro 3.1	Descrizione del GAL
Denominazione	<u>GRUPPO DI AZIONE LOCALE MONTEFELTRO SVILUPPO</u>
Natura giuridica	Società Consortile a Responsabilità Limitata

Il Gruppo di Azione Locale (GAL) Montefeltro Sviluppo è una Società Consortile a Responsabilità Limitata iscritta al numero repertorio economico amministrativo 127198 della Provincia di Pesaro e Urbino.

Con il nome di Montefeltro Leader, il GAL si è costituito in data 24 ottobre 1996 in vista della partecipazione al Programma di Iniziativa Comunitaria Leader II, con atto pubblico del 07/11/96 redatto dal Notaio Enrico Calfiero (repertorio n. 38323).

L'attuale statuto è stato approvato dall'assemblea dei soci del 30/04/2009 e iscritto al numero repertorio 109870, che ha modificato il nome da Montefeltro Leader s.c.a.r.l. a Montefeltro Sviluppo s.c.a.r.l.

0.3.2 Oggetto sociale, durata e patrimonio sociale

Il GAL persegue lo scopo generale di concorrere alla promozione dello sviluppo sostenibile del territorio in cui opera attuando, come prevede l'art. 3 dello statuto, tutti gli interventi previsti dalle iniziative comunitarie rivolte alle aree Leader ed inserite nell'asse 4 del P.S.R. Regione Marche 2007-2013, nonché gli interventi e le attività previste da altri programmi comunitari. La società si propone, inoltre, di indirizzare le proprie iniziative al sostegno e alla promozione dello sviluppo e dell'occupazione, svolgendo la propria attività in coerenza

con gli obiettivi della Comunità Europea e della normativa nazionale, regionale, provinciale e locale.

Nel contesto di tali obiettivi, esso persegue finalità più ampie della sola elaborazione e attuazione del Programma di Sviluppo Locale per consolidare il suo ruolo di Agenzia di sviluppo locale che, riunendo enti locali e operatori economici e sociali, è in grado di svolgere una azione propulsiva dello sviluppo socio economico del territorio, catalizzando progetti e risorse finanziarie attorno a obiettivi e strategie di sviluppo ampiamente condivise. A tal fine la Società opera nei seguenti ambiti:

- a) animazione e promozione dello sviluppo rurale;
- b) formazione professionale ed aiuti all'occupazione;
- c) promozione dello sviluppo turistico ed agritouristico e l'elevazione storico culturale del territorio;
- d) sostegno allo sviluppo ed all'innovazione del sistema locale in ambito agricolo, industriale (con particolare riferimento alle piccole e medie imprese), artigianale, commerciale e dei servizi, turistico ed alberghiero;
- e) valorizzazione e commercializzazione di prodotti agricoli e tipici locali;
- f) promozione e realizzazione di collegamenti informatici e telematici all'interno dell'area di intervento e con l'esterno;
- g) consulenze e ricerche in campo socio-economico, ambientale ed indagini conoscitive;
- h) redazione e realizzazione di studi e progetti di fattibilità e di sviluppo;
- i) realizzazione e fornitura di servizi per controllo di gestione economico-finanziaria, marketing, pubblicità, informazione, comunicazione, informatica, banche dati, nuove tecnologie ed innovazione tecnologica, energia, impatto ambientale, approntamento di materiali didattici, bibliografici, per convegni e seminari, collaborazione a riviste, periodici, case editrici, ed altri mezzi di comunicazione; di consulenze e servizi finanziari idonei ad agevolare lo sviluppo economico delle imprese locali, nonché favorire tutte quelle azioni a sostegno delle attività esistenti per l'approvvigionamento delle risorse finanziarie, per l'accesso ai finanziamenti ed ai contributi pubblici e comunque per la ricerca di ottimali fonti di finanziamento.
- l) attivazione di tutti quei soggetti, strumenti ed interventi utili per favorire la crescita e l'integrazione dei diversi fattori dello sviluppo economico ed occupazionale dell'area.

La **durata** della società è fissata dall'art. 2 dello statuto al 31 dicembre 2030; la società potrà essere prorogata o sciolta anche prima della scadenza del termine con le modalità stabilite dallo statuto stesso.

Il **capitale sociale iniziale** è determinato dall'art. 10 dello statuto in euro 73.000,00, già sottoscritto e interamente versato da tutti i soci.

0.3.3 Sede e riferimenti operativi

A norma dell'art. 1 dello statuto, la sede del GAL è stabilita all'interno dell'ambito territoriale designato, nel Comune di Urbania in provincia di Pesaro e Urbino.

I **recapiti** sono i seguenti:

Via G. Garibaldi, 1 – 61049 Urbania (PU)

Telefono 0722/317599 fax 0722/317739 e-mail mfleader2@provincia.ps.it

Sito web <http://www.montefeltro-leader.it>

Le **persone di riferimento** presso i recapiti del GAL sono:

- il Presidente pro tempore, Italo Grilli;
- il Direttore, Domenico M. Fucili.

0.3.4 Partenariato

0.3.4.1 Composizione del partenariato e rappresentatività

Il partenariato del GAL Montefeltro Sviluppo presenta una equilibrata rappresentanza delle componenti pubblica e privata: è costituito da **8 soci pubblici e 14 soci privati**. Essi rappresentano tutte le maggiori realtà attive nel territorio sotto il profilo sia amministrativo che economico e culturale.

Per la **componente pubblica**, aderiscono al GAL tutte e quattro le Comunità Montane presenti nell'area, in rappresentanza dei 36 Comuni che compongono l'ambito territoriale designato (Comunità Montana dell'alto e medio Metauro, Comunità Montana del Catria e Nerone, Comunità Montana del Montefeltro, Comunità Montana dell'Alta Valmarecchia), l'Ente Parco del Sasso Simone e Simoncello, l'Università degli Studi "Carlo Bo" di Urbino, il Consorzio del Mobile ed il Consorzio Tessile Abbigliamento.

La **componente privata** è costituita dalle principali associazioni di categoria, espressione dei diversi settori dell'economia locale (artigianato, agricoltura, P.M.I. commercio e turismo), insieme ad una rappresentanza del mondo cooperativistico, alla Banca Marche in qualità di istituto di credito e alla rete televisiva locale Tele 2000.

La composizione societaria è riportata nella tabella sottostante:

Composizione societaria						
		SOCI	n. quote	Totale quote per componente	%	% totale per componente
1	SOGGETTI PUBBLICI	CM Alto e Medio Metauro	775	3.623	10,62%	49,63%
2		CM Catria e Nerone	675		9,25%	
3		CM Alta Val Marecchia	775		10,62%	
4		CM Montefeltro	775		10,62%	
5		Ente Parco Sasso Simone e Simoncello	104		1,42%	
6		Università di Urbino	259		3,55%	
7		Consorzio del Mobile	130		1,78%	
8		Consorzio Tessile Abbigliamento Marchigiano	130		1,78%	
9	SOGGETTI PRIVATI	Banca Marche	1890	3.677	25,89%	50,37%
10		Consorzio "Urbino e il Montefeltro"	170		2,33%	
11		Associazione Provinciale degli Industriali	104		1,42%	
12		Associazione Piccole e Medie Industrie	385		5,27%	
13		Consorzio Pulizie Manutenzioni	312		4,27%	
14		Confederazione Nazionale Artigiani	285		3,90%	
15		Confartigianato	52		0,71%	
16		Tele 2000	104		1,42%	
17		Associazione Provinciale Allevatori	78		1,07%	
18		Confederazione Italiana Esercenti	78		1,07%	
19		Confcommercio	26		0,36%	

20	Confederazione Italiana Agricoltori	78		1,07%	
21	Federazione Provinciale Coltivatori Diretti	78		1,07%	
22	Unione Provinciale Agricoltori	37		0,51%	
	TOTALE	7.300		100%	
	CAPITALE SOCIETA'	Euro 73.000,00			

Rispetto al **grado di rappresentatività del partenariato** è da evidenziare che tutti i partner presentano, rispetto agli obiettivi e alle azioni prefigurate dai tre assi del PSL, interessi ed esperienza diretti ed evidenti ed inoltre che essi rappresentano, in maniera chiara, evidente e dimostrabile, soggetti e interessi operanti e attivi nell'ambito territoriale designato.

0.3.4.2 Modalità di aggregazione dei partner

Il partenariato del GAL Montefeltro è il risultato di un percorso di aggregazione iniziato nel 1996 nell'ambito del Programma di Iniziativa Comunitaria Leader II: la base sono le quattro Comunità Montane che ne rappresentano l'intero territorio, alle quali si sono aggregati soggetti pubblici e privati portatori di interessi collettivi.

L'adesione al GAL è sempre aperta e libera: in base agli artt. 4 e 5 dello statuto possono divenire in qualsiasi momento soci del GAL soggetti pubblici o privati la cui adesione alla società si dimostri utile al conseguimento degli scopi sociali.

L'ammissione di nuovi soci è approvata dal Consiglio di Amministrazione ed è condizionata al versamento della quota di associazione stabilita dall'assemblea.

0.3.4.3 Esperienze pregresse ed efficienza gestionale

Ai fini del riconoscimento degli elementi di priorità connessi con l'esperienza pregressa, il GAL Montefeltro Sviluppo è da considerarsi GAL esistente in quanto deriva e rappresenta, in modo diretto e inequivocabile, il GAL Montefeltro Leader, con partita IVA 01377860414, già selezionato dalla Regione Marche per operare nel Programma di Iniziativa Comunitaria Leader II.

Il partenariato istituzionale, economico e sociale che ha promosso la costituzione del GAL nel 1996 ha continuato ad operare ininterrottamente fino ad oggi, attraverso la partecipazione al programma di iniziativa comunitaria Leader+ ed altri programmi comunitari quali Interreg e Leonardo da Vinci, consolidando così il rapporto di cooperazione tra enti locali e di collaborazione tra questi ed i partner economici e sociali dell'area che ha prodotto, nel corso degli anni, notevoli risultati in termini di iniziative di sviluppo, imprenditoriale e infrastrutturale.

Nell'ambito specifico del programma di iniziativa comunitaria Leader+, il GAL Montefeltro ha dimostrato una efficienza gestionale – espressa in termini di spesa pubblica rendicontata ammissibile/contributo pubblico concesso – pari al 99,5% con un'economia di circa 17.000 Euro sul totale 3.579.881,69 Euro di contributo pubblico a disposizione

Il GAL ha inoltre intrapreso significative esperienze di cooperazione in parte con gli altri GAL delle Marche, ed in parte con reti più complesse tra più regioni e con Paesi esteri. Particolarmente interessanti sono stati i progetti attuati, nell'ambito non solo dei P.I.C. Leader II e Leader Plus ma anche di altri programmi comunitari, con soggetti stranieri, che hanno permesso di comprendere le differenze di programmazione tra Paese e Paese e

quali proposte possono essere riportate al territorio nella logica dell'innovazione e della replicabilità e trasferibilità delle buone pratiche.

0.3.4.4 Schede partner

PARTNER PUBBLICI

Denominazione	COMUNITÀ MONTANA ALTO E MEDIO METAURO
Sede legale	via Manzoni, 25 - 61049 Urbania (PU)
Recapiti	tel. 0722-318681 fax. 0722-319783 email cm.urbania@provincia.ps.it
Descrizione	La C. M. dell'Alto e Medio Metauro comprende i Comuni di Borgo Pace, Fermignano, Mercatello sul Metauro, Montecalvo in Foglia, Peglio, Petriano, Sant'Angelo in Vado, Urbania, Urbino. Da anni è impegnata nella programmazione e progettazione di area vasta. Si è fatta promotrice della costituzione del Patto Territoriale dell'Appennino Centrale (che interessa il territorio di 11 CC.MM. nelle quattro Regioni Marche, Emilia Romagna, Umbria e Toscana), dello stesso GAL Montefeltro Leader (ora Montefeltro Sviluppo), del Sistema Turistico Locale "Urbino e il Montefeltro (ora omonimo Distretto del Sistema Turistico provinciale). E' partner del Progetto internazionale "Strada della Pace Lubecca-Roma" nonché del partenariato Montefeltro (Italia)- Distretto di Targu Yu (Romania) per il Turismo e l'E-government. E' inoltre capofila di diversi Progetti di area vasta anche a livello interregionale (Progetto di marketing Territoriale Appennino) e diversi progetti a livello provinciale e regionale soprattutto nei settori informatica, cultura e ambiente. A questi si aggiungono i numerosi progetti ricadenti nel territorio della Comunità Montana, sempre con ruolo di coordinamento e/o capofila da parte dell'ente comunitario, praticamente in tutti i settori di competenza (dal sociale, alle attività produttive, all'ambiente, al turismo, all'informatica ecc.)
Denominazione	COMUNITÀ MONTANA DEL CTRIA E NERONE
Sede legale	via I. Alessandri , 19 - 61043 Cagli (PU)
Recapiti	tel. 0721-787431 fax. 0721-787441 email cm.cagli@provincia.ps.it
Descrizione	La C.M. del Catria e Nerone comprende i Comuni di Acqualagna, Apecchio, Cagli, Cantiano, Piobbico. Opera nei settori di competenza fornendo servizi al cittadino ed alle imprese; tra i suoi obiettivi vi è quello di ridurre le disparità economiche, sociali e civili dovute alle difficili condizioni geografiche delle aree rurali/montane, che si riscontrano in confronto con le vicine città costiere.
Denominazione	COMUNITÀ MONTANA ALTA VAL MARECCHIA
Sede legale	Piazza Bramante - 61015 Novafeltria (PU)
Recapiti	tel. 0541-920442 fax. 0541-922214 email cm.novafeltria@provincia.ps.it
Descrizione	La C. M. Alta Valmarecchia comprende i Comuni di Casteldelci, Maiolo, Novafeltria, Pennabilli, San Leo, Sant'Agata Feltria, Talamello. Negli ultimi anni ha attuato i seguenti Progetti Comunitari: Progetto Appennino. Network di 11 CC.MM. per lo sviluppo turistico integrato volto alla promozione dell'Appennino Centrale Agenda 21. Elaborazione delle tematiche ambientali attraverso la creazione di un gruppo locale e di un piano di sviluppo sostenibile Compostaggio rifiuti domestici. Raccolta differenziata del materiale organico per la produzione di compost: consegnati 800 compostiere nei sette comuni Rete Museale alta Valmarecchia. All'interno del progetto "Musei partecipati" è stata costruita una rete dei 13 musei dell'alta Valmarecchia

Servizio donna. Sportello informativo per le donne
 Trasporto a chiamata. Servizio di trasporto per anziani
 Sportello immigrati. Sportello informativo per risolvere ed aiutare gli immigrati
 Patto territoriale dell'Appennino Centrale. Realizzazione di un Centro Ippoterapico per il recupero delle persone svantaggiate
 SIUTP. Sistema Informativo Urbanistico Territoriale Provinciale – informazioni cartografiche del territorio
 STL Sistema Turistico Locale

Denominazione	COMUNITÀ MONTANA DEL MONTEFELTRO
Sede legale	via Amaducci, 32 - 61021 Carpegna (PU)
Recapiti	tel. 0722-77186 fax. 0722-77732 email cm.carpegna@provincia.ps.it
Descrizione	<p>La C.M. del Montefeltro comprende i Comuni di Auditore, Belforte all'Isauro, Carpegna, Frontino, Lunano, Macerata Feltria, Mercatino Conca, Monte Cerignone, Monte Copiolo, Monte Grimano, Piandimeleto, Pietrarubbia, Sassocorvaro, Sasso Feltrio, Tavoleto. Oltre alle attività di competenza, nel corso degli ultimi anni ha ampliato il suo campo di indagine portando a termine alcune esperienze progettuali in ambito nazionale e internazionale; tra le attività a cui si è dedicata sono: azioni e piani di marketing territoriale, analisi SWOT e <i>benchmarking</i>, partnership pubblico – private, valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale e relazioni transnazionali dirette con territori europei che vantano caratteristiche simili.</p> <p>Ecco alcuni progetti realizzati:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Docup "Aiuti agli investimenti per la riqualificazione della rete dei servizi socio-assistenziali" Ob.2 Misura 3.3, - Docup "Interventi di rinnovamento e miglioramento villaggi rurali e infrastrutture connesse " Ob.2 Misura 2.7, - Docup "Servizi di trasporto a chiamata" Ob.2 Misura 2.6, - Esperienze Leader per il supporto delle offerte e dei prodotti locali, - FSE "Potatura e innesto" Ob. 3 Asse B Misura 2.6, - FSE "Imprenditoria" Ob. 3 Asse D Misura 3, - FSE "Tutela ambiente" Ob. 3 Asse C Misura 3, - FSE "Tecniche di potatura" Ob. 3 Asse B Misura 1, - FSE "Sala" Ob. 3 Asse C Misura 4, - Progetto "SHINING MOUNTAINS – INTERREG III B CADSES (Sport and Health as Innovative Initiatives for the Growth of Mountains) 2006 - 2008
Denominazione	ENTE PARCO DEL SASSO SIMONE E SIMONCELLO
Sede legale	via Amaducci, 1 - 61021 Carpegna (PU)
Recapiti	tel. 0722-77767 fax. 0722-76740 email info@parcosimone.it
Descrizione	Il Parco ricade nei Comuni di Carpegna, Frontino, Montecopiolo, Piandimeleto, Pennabilli e Pietrarubbia e comprende un'area estesa per 4847 ha; è stato istituito con Legge Regionale n° 15 del 28.04.1994 con lo scopo di operare per la tutela e lo sviluppo dell'area, ricca di valenze storiche e naturalistico-ambientali. Le visite accompagnate da Guide del Parco si svolgono soprattutto nel periodo estivo, mentre durante tutto l'anno funziona un servizio di Guide per gruppi organizzati o per le scolaresche; per quest'ultime numerose sono anche le proposte di Educazione Ambientale promosse dal Parco. Il Parco attraversato da numerosi percorsi: a piedi, a cavallo o in mountain bike.
Denominazione	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI "CARLO BO" DI URBINO
Sede legale	via Saffi, 2 - 61029 Urbino (PU)
Recapiti	tel. 0722-3051 email informazioni@uniurb.it
Descrizione	L'Ateneo urbinato rappresenta un punto di riferimento per gli studenti della Regione

Marche ed inoltre accoglie numerosi iscritti da tutt'Italia. La struttura didattica è diversificata e comprende facoltà umanistiche e facoltà scientifiche oltre diverse scuole a fini speciali. In particolare sono presenti le facoltà di Giurisprudenza, Scienze Politiche, Economia e Commercio, Lettere e Filosofia, Lingue e Lettere Straniere Moderne, Sociologia, Magistero, Farmacia, Scienze Ambientali, Scienze Matematiche Fisiche e Naturali; per quanto riguarda le scuole vanno citate quella di Giornalismo e quella di Grafologia che, nella materia di riferimento, rappresentano una delle poche sedi italiane. La partecipazione dell'ateneo al GAL può inserirsi attivamente offrendo le capacità tecniche e la dotazione strutturale di cui dispone

Denominazione	CONSORZIO DEL MOBILE (COSMOB)
Sede legale	Piazzale Lazzarini, Galleria Roma, Scala B - 61100 Pesaro
Recapiti	tel. 0721-32510 fax. 0721-35611 email cosmob@cosmob.it
Descrizione	Il COSMOB è un centro tecnologico per il settore mobiliero delle Marche, con la finalità di promuovere e sostenere lo sviluppo tecnologico, produttivo, commerciale e gestionale delle imprese industriali ed artigiane. Costituito nel gennaio 1984 come società consortile per azioni pubblico-privata, annovera fra i propri soci la Svim, l'Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino, i Comuni di Pesaro, Fano e S. Angelo in Lizzola, la Camera di Commercio di Pesaro e Urbino, le Associazioni degli imprenditori industriali e artigiani e più di 200 aziende (produttori di mobili, di semilavorati e di componenti e costruttori di macchine per la lavorazione del legno)
Denominazione	CONSORZIO TESSILE ABBIGLIAMENTO MARCHIGIANO(C.T.A.)
Sede legale	P.zza Lazzarini, Galleria Roma scala B - 61100 Pesaro
Recapiti	tel. e fax 0721-404010
Descrizione	Istituito nel 1987 e riconosciuto dalla Regione nel 1993. Il suo compito è quello di supportare lo sviluppo del settore tessile-abbigliamento orientando la sua attività su tutta la Regione, mirando la propria azione all'innovazione tecnologica ed organizzativa, ai servizi di frontiera ed alla internazionalizzazione dei mercati. Attualmente sono socie del C.T.A. circa 150 imprese

PARTNER PRIVATI

Denominazione	BANCA MARCHE
Sede legale	Corso XI Settembre, 22 - 61100 Pesaro
Recapiti	tel. 0721-6961 email info@bancamarche.it
Descrizione	L'istituto è una delle realtà più solide nel settore finanziario italiano, tra le 30 più importanti banche nazionali. Ha una lunga storia nel territorio ed è in esso fortemente radicato. Ha già svolto funzione di tesoriere nel Leader II e nel Leader Plus. È presente nel territorio con numerose agenzie attraverso le quali potrà continuare a svolgere una efficace animazione economica per la promozione dei progetti che si intendono intraprendere. Inoltre continuerà a svolgere quella funzione di garanzia nella realizzazione di iniziative economico/finanziarie "di sostegno" per tutti i potenziali beneficiari del Piano Leader
Denominazione	CONSORZIO "URBINO E IL MONTEFELTRO"
Sede legale	Via Puccinotti, 33 - 61029 Urbino (PU)
Recapiti	Tel. e fax 0722/320437 email consorzio@urbinoilmontefeltro.it
Descrizione	Il Consorzio costituisce l'organismo gestore dell'omonimo Distretto Turistico ed è nato

dalla fusione (operata nel 2004) di tre antecedenti consorzi turistici operanti da diversi anni nel territorio del Montefeltro. Annovera tra i suoi soci operatori turistici quali alberghi, agriturismi, country house, B&B e ristoranti, e istituzioni pubbliche rappresentative di tutta la complessità territoriale come le Comunità Montane e alcuni Comuni che si sono associati per migliorare il servizio di promozione e informazione turistica sia sul territorio che all'estero; comunque tutti Comuni ricadenti nell'area vengono rappresentati dalle Comunità Montane di appartenenza. In totale i soci sono 121, di cui 20 pubblici e 101 privati

Denominazione	ASSINDUSTRIA ASSOCIAZIONE PROVINCIALE INDUSTRIALI
Sede legale	via Cattaneo, 34 - 61100 Pesaro
Recapiti	tel. 0721-383201 fax. 0721560221
Descrizione	Opera dal 1945 per fornire attività di rappresentanza e servizi alle Imprese Industriali aderenti. Il compito principale è quello di affermare in maniera organica i valori dell'imprenditoria locale nei confronti delle Pubbliche Amministrazioni, degli Organismi Sindacali e di altre Associazioni di categorie quale interlocutore unico e rappresentativo. L'associazione fa parte del Sistema Confindustria.
Denominazione	ASSOCIAZIONE PICCOLE E MEDIE INDUSTRIE (API)
Sede legale	via degli Abeti 94 - 61100 Pesaro
Recapiti	tel. 0721-402085-6 fax. 0721-401729 email info@api.ps.it
Descrizione	L'associazione è nata nel 1977 con un primo nucleo di 50 imprenditori. Al giorno d'oggi gli iscritti sono circa 250. Le finalità dell'associazione sono legate allo sviluppo della produttività mediante l'assistenza amministrativa e professionale alle imprese. Iniziative sono state intraprese per incentivare le innovazioni tecnologiche
Denominazione	CONSORZIO PULIZIA MANUTENZIONI SOC. COOP. (CPM)
Sede legale	Via Paciotti, 3 – 61029 Urbino (PU)
Recapiti	tel. 0722 327841 fax 0722 327743 email info@consorziocpm.it
Descrizione	Nato nel 2005 dall'unione di quattro cooperative con esperienza ultraventennale nella Provincia di Pesaro e Urbino, il Consorzio rappresenta una realtà di primo piano nel territorio per ciò che riguarda il settore delle pulizie, dell'igiene urbana, delle manutenzioni, della cura del verde
Denominazione	CONFEDERAZIONE NAZIONALE ARTIGIANI (C.N.A.)
Sede legale	Centro Direzionale Benelli Via Mameli, 90/92 - 61100 Pesaro
Recapiti	tel. 0721.4260 Fax 0721.426101-25410 email info@cnapesaro.com
Descrizione	Fondata nel 1947, la CNA di Pesaro e Urbino rappresenta una delle associazioni imprenditoriali più importanti del centro Italia. Con più di 5400 imprese iscritte è la prima associazione della provincia per numero di adesioni. Grazie ai suoi oltre 213 dipendenti e le sue numerose sedi dislocate su tutto il territorio CNA garantisce un sicuro riferimento di rappresentanza e consulenza. Inoltre rappresenta l'artigianato e la piccola impresa in numerosi enti pubblici e privati tra i quali Inps, Inail, Camera di Commercio, Commissione provinciale dell'artigianato, Commissione regionale per l'artigianato, Artigiancassa, commissioni comunali; negli enti bilaterali Ebam e Cedam, nei consigli di amministrazione degli istituti di credito e società finanziarie, nei consigli di amministrazione di consorzi e cooperative.
Denominazione	ASSOCIAZIONE DEGLI ARTIGIANI DELLA PROVINCIA DI PESARO E URBINO(CONFARTIGIANATO)
Sede legale	S.S. Adriatica, 35 - 61100 Pesaro

Recapiti	tel. 0721-4371/437209 fax 0721-401245 email segreteria@confartps.it
Descrizione	La Confartigianato è stata fondata nel 1968; è presente nel territorio con numerose sedi ed occupa 125 addetti tra addetti e funzionari. Rappresenta oltre 4.000 imprese, più di 3.200 pensionati; 6.000 imprese sono iscritte alla Confartigianato Fidi. Il compito dell'associazione è quello di promuovere con tutti i mezzi possibili gli interessi economici e morali delle imprese artigiane e delle piccole imprese della provincia.
Denominazione	TELE 2000
Sede legale	via S. Donato 87 - 61029 Urbino (PU)
Recapiti	tel. 0722-320506 fax. 0722-4093 email info@tele200.it
Descrizione	TELE 2000 opera ininterrottamente sin dal 1981. Attraverso una rete composta da 31 impianti di trasmissione e ripetizione, attualmente irradia il proprio segnale in modo capillare sull'intero territorio della provincia di Pesaro e Urbino, e su porzioni delle province limitrofe. Nell'ambito del Leader II ha curato attraverso programmi specifici la parte di promozione e informazione delle iniziative del GAL
Denominazione	ASSOCIAZIONE PROVINCIALE ALLEVATORI (A.P.A.)
Sede legale	Via Campanella, 1 - 61032 Fano (PU)
Recapiti	tel. 0721 862577 fax 0721 863630 email apapesaro@indinet.it
Descrizione	L'associazione è stata istituita nel 1958 con l'obiettivo di contribuire al miglioramento del risultato economico dell'impresa zootecnica e ad una più efficiente valorizzazione del bestiame e dei prodotti da questo derivati
Denominazione	CONFEDERAZIONE ITALIANA ESERCENTI ATTIVITÀ COMMERCIALI, TURISTICHE E DEI SERVIZI DELLA PROVINCIA DI PESARO E URBINO (CONFESERCENTI)
Sede legale	via S. D'Acquisto, 7 - 61100 Pesaro
Recapiti	tel. 0721-40671 fax. 0721-401761 email info@confesercentipu.it
Descrizione	La confederazione opera dal 1974, conta 10 sedi, di cui 5 in territorio "Montefeltro Leader", per un numero di iscritti pari a 1770. Compiti fondamentali della confederazione sono la tutela ed il sostegno sindacale degli associati ai quali vengono forniti servizi ed iniziative sul piano economico, tecnico e professionale
Denominazione	CONFCOMMERCIO
Sede legale	Strada delle Marche 58/60 - 61100 Pesaro
Recapiti	tel 0721-6981 fax 0721-69559 email ascom@ascompesaro.it , segreteria@ascompesaro.it
Descrizione	Nata nel 1945, la Confcommercio di Pesaro-Urbino è l'organizzazione sindacale più rappresentativa delle imprese del terziario a livello provinciale. La sua attività si concretizza nella tutela degli interessi di oltre 5.000 piccole e medie imprese iscritte
Denominazione	CONFEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTORI (CIA)
Sede legale	via Pergola, 2 - 61100 Pesaro
Recapiti	tel. 0721-64446/34221/35088 fax. 0721- 32605 email info@cia.it
Descrizione	La Confederazione Italiana Agricoltori è stata costituita nel 1978 come organizzazione autonoma degli agricoltori. Attualmente associa 4.100 aziende agricole formate da Coltivatori Diretti, Imprenditori Agricoli, Soc. Semplici ed altri soggetti per un totale di

| 11.600 iscritti.

Denominazione	FEDERAZIONE PROVINCIALE COLTIVATORI DIRETTI
Sede legale	piazzale Matteotti, 28 - 61100 Pesaro
Recapiti	tel. 0721-37271 fax. 0721-64114
Descrizione	La Federazione nasce nel 1945. Attualmente associa circa 7.000 produttori agricoli su tutto il territorio provinciale mediante una rete capillare costituita da una sede provinciale che coordina dieci "zone" con sede nei dieci comuni più importanti che provvedono, a loro volta, a raggiungere periodicamente tutti i comuni della provincia.
Denominazione	UNIONE PROVINCIALE AGRICOLTORI
Sede legale	P.le Matteotti, 28 - 61100 Pesaro
Recapiti	tel. 0721-32563/33168 fax 0721- 35512
Descrizione	L'Unione Provinciale Agricoltori di Pesaro è una Organizzazione Professionale di Categoria a vocazione generale. Assiste gli imprenditori agricoli, i coltivatori diretti, i datori di lavoro o lavoratori autonomi, titolari di aziende individuali o di società . Assiste inoltre i produttori agricoli part-time e i proprietari di terreni e fabbricati rurali affittati. L'Unione Provinciale Agricoltori opera per il progresso dell'agricoltura provinciale attraverso il miglioramento costante dell'organizzazione delle imprese, la tutela e la difesa degli interessi dell'impresa agricola, lo studio dei problemi sindacali e tecnico economici di interesse generale , la promozione di tutte le forme di attività tendenti alla difesa della produzione e del territorio agricolo e rurale in generale.

0.3.5 Organi statutari

Gli organi previsti dallo statuto del GAL sono i seguenti:

- l'Assemblea dei Soci**, presieduta dal Presidente del GAL; è costituita dai soci regolarmente iscritti e in regola con il versamento delle quote;
- il Consiglio di Amministrazione**, organo decisionale del GAL, è composto dal Presidente e da otto membri eletti dall'assemblea dei soci. Nel rispetto di quanto previsto dall'art. 62, prf.1. lett. B) del regolamento (CE) n. 1698/2005 del Consiglio del 20 settembre 2005 sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR), in base al quale, a livello decisionale, il partenariato locale deve essere composto per almeno il 50% dalle parti economiche e sociali e da altri rappresentanti della società civile, la maggioranza dei componenti del CdA è costituita da soci privati: un rappresentante della Banca delle Marche Spa (che è uno dei due vicepresidenti del GAL), un rappresentante dell'Associazione Piccole e Medie Industrie, un rappresentante della Confederazione Nazionale dell'Artigianato, un rappresentante della Confederazione Italiana Agricoltori, un rappresentante del mondo cooperativistico. Per la componente pubblica, oltre al presidente in carica, vi sono rappresentanti delle Comunità Montane (uno dei quali è l'altro vicepresidente del GAL) e dell'Università di Urbino. Il Consiglio di Amministrazione viene rinnovato ogni tre anni ed i suoi componenti sono rieleggibili. L'attuale Consiglio è stato nominato dall'Assemblea dei Soci con delibera del 30/04/2009 e rimarrà in carica per i successivi tre anni.
- il Collegio Sindacale**, composto di tre membri effettivi e di due supplenti. Il Presidente del Collegio Sindacale è nominato dai soci, in occasione della nomina dello stesso collegio. Nei casi di obbligatorietà della nomina, tutti i sindaci devono essere revisori contabili, iscritti nel registro istituito presso il Ministero di Giustizia. Qualora la nomina del collegio sindacale non sia obbligatoria per legge, si applica il secondo comma dell'articolo 2397 c.c.. I sindaci sono nominati dai soci. Il Collegio in carica è stato nominato

dall'Assemblea dei Soci con delibera del 30/04/2009.

0.3.5.1 Competenze e funzioni degli organi statutari

Per quel che riguarda le Competenze e funzioni degli organi statutari, in base all'art. 15 dello Statuto, l'**Assemblea dei Soci**:

- a) approva il bilancio;
- b) procede alla nomina delle cariche sociali;
- c) determina il compenso e la medaglia di presenza degli amministratori per la loro attività collegiale;
- d) approva il regolamento interno;
- e) delibera sulle responsabilità degli amministratori;
- f) delibera su tutti gli altri oggetti attinenti alla gestione sociale riservati alla sua competenza dallo statuto o sottoposti al suo esame dagli amministratori;
- g) delibera circa gli orientamenti e le politiche generali d'orientamento.

Il **Consiglio di Amministrazione** rappresenta l'Autorità di Gestione del GAL ed è investito dei più ampi ed illimitati poteri per la gestione ordinaria e straordinaria del GAL, senza eccezione alcuna, salvo quelli che la legge tassativamente riserva all'Assemblea dei Soci o quelli che lo stesso delega al Direttore Tecnico nel rispetto del regolamento. In base all'art. 20 quater dello Statuto, il CdA ad esempio deve:

- a) curare l'esecuzione delle deliberazioni dell'assemblea;
- b) redigere il bilancio;
- c) compilare il regolamento interno ed approvare gli altri regolamenti;
- d) stipulare tutti gli atti e contratti di ogni genere inerenti all'attività sociale;
- e) deliberare e concedere avalli cambiari, fidejussioni ed ogni e qualsiasi altra garanzia sotto qualsivoglia forma per facilitare l'ottenimento del credito agli enti cui la società aderisce;
- f) conferire procure speciali e nominare il direttore determinandone le funzioni e le retribuzioni;
- g) assumere e licenziare il personale della società, fissandone le mansioni e le retribuzioni;
- h) deliberare circa l'ammissione di nuovi soci e proporre l'esclusione dei soci all'assemblea;
- i) compiere tutti gli atti e le operazioni ordinarie e straordinarie di amministrazione, fatta eccezione soltanto per quello che, per disposizione della legge o del presente statuto siano riservate all'assemblea generale.

Il **Presidente** del Consiglio di Amministrazione è la figura delegata dallo stesso a tenere tutti i rapporti di tipo istituzionale rispetto alle attività del GAL, e svolge i compiti di Legale Rappresentante della società. L'art. 22 stabilisce che il Presidente ha la rappresentanza e la firma sociale. Suoi compiti sono:

- a) convocare le riunioni dell'Assemblea dei Soci e del Consiglio di Amministrazione;
- b) previa autorizzazione del Consiglio di Amministrazione, può delegare i propri poteri in tutto o in parte ai vice presidenti o ad altro membro del Consiglio nonché per speciale procura al direttore o ad altri impiegati della società;
- c) nominare anche tra i non soci, il segretario che avrà anche il compito di redigere i verbali dell'Assemblea dei Soci e del Consiglio di Amministrazione

Infine il **Collegio Sindacale** provvede al controllo contabile della gestione, riferendone all'assemblea in sede di approvazione del bilancio mediante una relazione scritta.

0.3.6 Struttura organizzativa e gestionale

La struttura organizzativa e gestionale del GAL è funzionale allo svolgimento dei compiti a esso assegnati nell'ambito del PSR 2007-2013 per le Marche e riguardano un unico PSL regolarmente presentato alla Regione Marche. Nel quadro dell'approccio Leader del PSR, i compiti assegnati ai GAL sono principalmente:

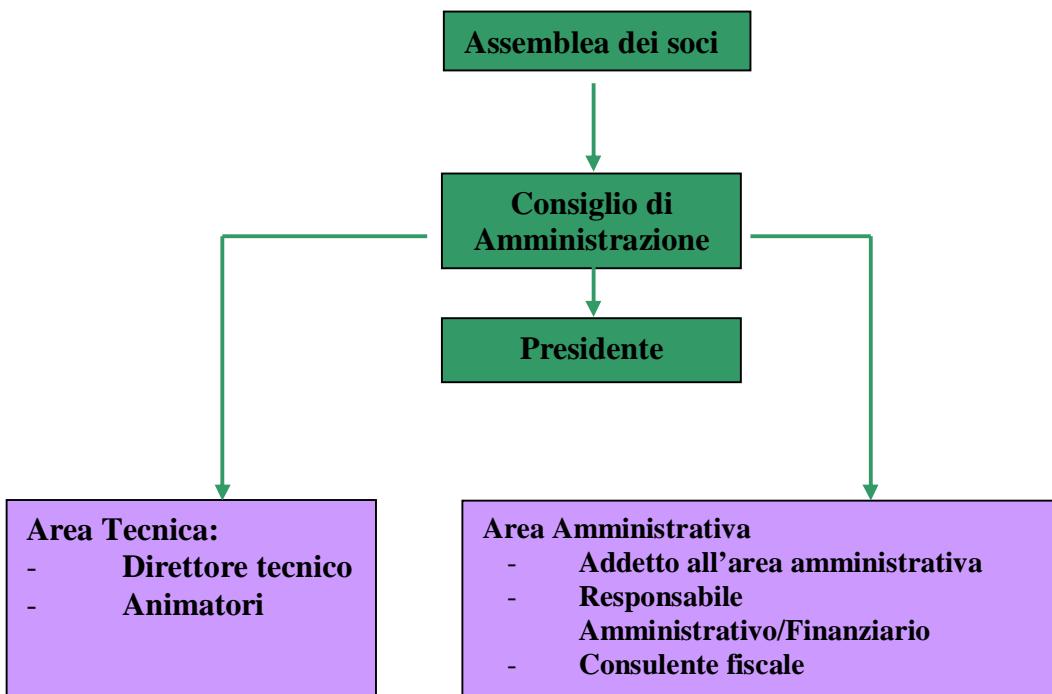
- elaborazione del PSL;
- interventi di animazione del territorio finalizzati all'informazione ed alla divulgazione del PSL e delle iniziative di sviluppo locale attuate dal GAL;
- stesura, adozione e pubblicazione degli atti per la selezione delle operazioni;
- gestione date di apertura e chiusura termini per la presentazione delle domande di aiuto;
- coordinamento dall'attuazione delle azioni di cooperazione del Gal e degli scambi di esperienze con altri GAL;
- attuazione di eventuali operazioni a gestione diretta GAL;
- esame dello stato di avanzamento finanziario, fisico e procedurale del PSL e sue eventuali modifiche.

Nell'ottica di un ruolo del GAL di vera agenzia di sviluppo del territorio, oltre alla gestione del 6% dei fondi del PSR, assegnati sulla base dei PSL, gli stessi dovrebbero, per quanto possibile, operare come segue:

- agire quali soggetti promotori di interventi integrati sul territorio che utilizzano i fondi del primo e secondo asse del PSR, ricercando la massima sinergia con gli interventi previsti nel PSL;
- attraverso una specifica progettazione di interventi di sviluppo rurale complementari a quelli del PSL, canalizzare sul territorio altre risorse finanziarie sia comunitarie (fondi FESR, FSE, progetti comunitari, ecc..), che nazionali (statali, regionali, ecc..).
- ricercare la massima sinergia con la progettazione multisettoriale territoriale realizzata dalle Province, qualora essa ricada nei territori Leader.

0.3.6.1 Organigramma e mansioni degli organi operativi

Dagli organi decisionali del GAL, Assemblea dei Soci e Consiglio di Amministrazione, già descritti al paragrafo 3.5, dipendono l'area tecnica e quella amministrativa, come risulta dall'organigramma funzionale di seguito rappresentato:



All'area tecnica appartengono il Direttore Tecnico e gli Animatori.

Il **Direttore Tecnico** svolge funzioni ad alto contenuto professionale, anche nella conduzione e nel coordinamento di risorse e persone; i suoi compiti sono i seguenti:

- direzione e coordinamento tecnico della struttura operativa della Società;
- direzione tecnica per tutte le esigenze di funzionamento della Società relativamente all'attuazione del Piano Leader;
- partecipazione alle sedute del Consiglio di Amministrazione;
- rapporti con la Regione Marche, lo Stato e l'Unione Europea ed ogni altro organo preposto al controllo, alla valutazione o all'assistenza tecnica sullo svolgimento del programma;
- rapporti con consulenti esterni e coordinamento della loro attività;
- elaborazione di eventuali varianti al PSL;
- esame preliminare ed istruttoria dei progetti;
- controllo e verifica delle fasi di attuazione degli interventi ed ogni altra certificazione che gli organi societari e/o la Regione Marche e/o gli altri Enti preposti all'attuazione del PSL decidano di richiedere in ordine alla congruità e regolarità della realizzazione del PSL;
- collaudi e eventuali attività espressamente richieste dal profilo di direzione indicate nel Complemento di Programmazione della Regione Marche;

Gli **Animatori** collaborano all'efficace svolgimento dell'attività di funzionamento del GAL e a tutto quanto necessario e richiesto al fine della realizzazione delle azioni previste dal PSL svolgendo funzioni di supporto di tipo tecnico, quali l'animazione e l'informazione a favore degli operatori pubblici e privati possibili fruitori delle azioni del GAL, la promozione della sensibilizzazione dell'opinione pubblica locale, la rilevazione presso gli operatori e la pubblica opinione di esigenze e inoltre partecipano e organizzano riunioni, seminari, convegni, incontri promossi dal GAL per la pubblicizzazione delle azioni. Essi svolgono inoltre una attività di sportello con il pubblico fornendo una prima assistenza agli operatori interessati a presentare istanze e domande di contributo ai sensi del PSL.

All'area amministrativa appartengono l'**Addetto all'area amministrativa** e il **Responsabile amministrativo finanziario**.

L'**Addetto all'area amministrativa** svolge funzioni di gestione amministrativa, predisposizione di bandi, avvisi, convenzioni e contratti, assistenza alla rendicontazione, supporto operativo e affiancamento agli organi decisionali e alla direzione nelle fasi di definizione, progettazione, realizzazione, monitoraggio, animazione e rendicontazione e controllo degli interventi previsti per l'attuazione e gestione del PSL.

Al **Responsabile Amministrativo e Finanziario** spettano in particolare i poteri di gestione amministrativa e finanziaria del GAL, perciò egli, di concerto con l'area Tecnica del GAL, si occupa dell'organizzazione dei documenti contabili di spesa e della loro archiviazione, cura il Bilancio del GAL, risponde a quesiti di tipo amministrativo e alle problematiche inerenti l'ammissibilità delle spese, verifica gli atti preliminari alla liquidazione di qualsiasi somma da parte del GAL; gestisce inoltre, dal punto di vista amministrativo, tutte le attività di diretta competenza del GAL.

1. ANALISI DEL CONTESTO

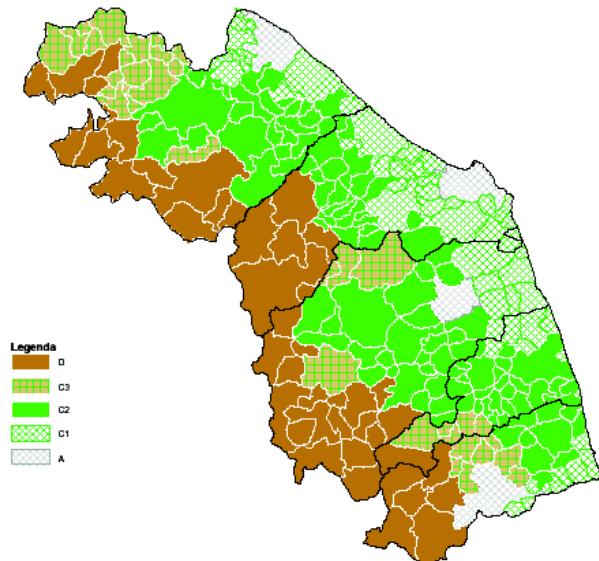
1.1 IL TERRITORIO D'INTERVENTO

L'analisi si concentrerà su una serie di parametri socio-demografici ed economici; questi valori ci consentiranno d'individuare le principali caratteristiche del territorio del GAL e di considerare gli ambiti principali sui quali il GAL concentrerà la propria attività e punterà a raggiungere i principali impatti.

In termini generali, il contesto territoriale della Regione Marche presenta dei fenomeni abbastanza simili nelle province che la compongono: un entroterra montuoso sfruttato come zona rurale e con fenomeni di migrazione verso la zona costiera; una zona intermedia collinare di antica estrazione bracciante con molti centri generalmente di piccole dimensioni; e la zona costiera, più densamente popolata, che viene comunemente definita il corridoio adriatico.

Con qualche ovvia generalizzazione, si possono trovare molteplici analogie territoriali nelle vallate che tagliano le Marche dagli Appennini al mare molti dei quali presentano caratteristiche omogenee e contesti sociali ed ambientali simili. Proprio in riferimento a tale abbondanza di tratti comuni ed alla dorsale adriatica presente in tutte le province, lo sviluppo territoriale marchigiano è stato definito "rete a pettine".

Fig. 1 – Le zone Rurali¹



Fonte: elaborazione Regione Marche su dati ISTAT (2008)

1.1.1 CARATTERISTICHE SOCIO DEMOGRAFICHE

ASPETTI DEMOGRAFICI

¹ Classificazione basata sulla metodologia OCSE di differenziazione territoriale calcolata sulla densità di popolazione residente ed alle successive elaborazioni adottate in fase di PSN (Piano Strategico Nazionale) e PSR (Programma di Sviluppo Rurale della Regione Marche).



Sul territorio dei trentasei comuni del GAL Montefeltro Leader, che si estende per 1801 kmq., risiedono 100.955 abitanti che costituiscono il 6,6% dell'intera popolazione marchigiana. Un primo fattore caratteristico di quest'area è la *bassa densità abitativa* che, con 56,08 abitanti per Km², è quasi la metà di quella dell'altro territorio rurale della Provincia di Pesaro (GAL Flaminia e Cesano: 104,80), ed è inferiore sia della media delle aree GAL che di quelle rurali. Addirittura la media marchigiana e quella nazionale sono nell'ordine di tre o quattro volte superiori.

Tab.1 – Popolazione: numero e densità

	GAL Montef.	Prov. PU	Aree GAL	Aree Rurali ²	Marche	Italia
Popolazione 2006	100.955	370.088	479.012	1.186.738	1.536.098	57.888.245
% Pop. Regionale	6,6%	24,1%	31,2%	77,3%	100 %	-
Densità kmq	55,99	127,98	69,15	129,1	156,67	196,24
Trend Pop. (01-05)	2,9%	5,4%	Nr	nr	Nr	nr

Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT 2005 (Atlante della competitività: Unioncamere, 2007) e ISTAT 2000.

La bassa densità abitativa del Montefeltro è prevalentemente spiegata da elementi orografici: circa il 50% della superficie è montagnosa. A questo va aggiunto anche il fenomeno dello spopolamento delle zone rurali a cui si è assistito nella fine del secolo scorso³ e che ha riguardato soprattutto i comuni minori e le zone più marginali. In questi ultimi anni invece il saldo della popolazione residente (+ 2,9%) è stato positivo, sia pure con dei tassi di crescita inferiore ad altri territori contigui ed anche per l'incidenza dell'immigrazione straniera.

Un altro elemento particolarmente significativo di questa ed altre zone rurali della Regione Marche è la *dimensione estremamente piccola dei comuni*.

Tab. 2 – Dimensione comuni

	GAL Montef.	Prov. PU	Aree GAL	Aree Rurali	Marche	Italia
0 - 2000	50,0%	41,8%	54,76%	41,33%	42,5%	nr
2001 - 5000	36,1%	32,8%	31,55%	35,42%	31,9%	nr
5001 - 10000	11,1%	19,4%	8,93%	12,92%	14,3%	nr
10001-20000	2,8%	3,0%	4,17%	6,27%	6,3%	nr
Oltre 20000	0%	3,0%	0,60%	4,06%	5,0%	6%

Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT 2005: Atlante della competitività (Unioncamere, 2007).

Nel Montefeltro non vi sono comuni che superano la soglia dei 20.000 abitanti (nella provincia di Pesaro solo due: Pesaro e Fano) e solo Urbino supera le 10.000 unità. Interessante è osservare che più dell'86% dei comuni ha una popolazione inferiore ai 5.000 abitanti (e di questi 12 sotto i 1.000 residenti).

Un'ulteriore elemento significativo per la lettura demografica del Montefeltro è l'*elevata età media della popolazione*⁴. Questo aspetto è in parte contenuto dal fenomeno della crescita della popolazione straniera immigrata, che per il 76,98% è in età lavorativa.

Tab. 3 – Popolazione straniera (% sul totale della popolazione)

	GAL Montef.	Prov. PU	Aree GAL	Aree Rurali	Marche	Italia
% stranieri/residenti	7,73%	6,52%	nd	nd	6,45%	4,97%
% stranieri extracom./residenti	6,61%	5,38%	nd	nd	5,41%	3,79%

Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT 2005: Atlante della competitività (Unioncamere, 2007).

² Considera anche le zone rurali industrializzate.

³ Tra il 1991 ed il 2000 nel Montefeltro si è registrato un tasso di spopolamento pari al 1,33%.

⁴ La popolazione della provincia di Pesaro e Urbino presenta degli indici di vecchiaia superiori alla media nazionale. In particolare si registra un numero di ultrasessantacinquenni (21,63%) superiore alla media nazionale (19,94%) e in linea con la tendenza regionale (22,59%).

Nel Montefeltro vi è un *elevato tasso di cittadini stranieri residenti*, con un valore che si attesta al 7,7%, l'area è notevolmente sopra la media sia italiana (circa 5%), e superiore ai valori territoriali delle Marche e dalla Provincia di Pesaro⁵ (nell'ordine del 6,5%). Questo fenomeno trova giustificazione fondamentalmente in due motivi: il primo è che si registrano buoni livelli di opportunità d'impiego, soprattutto con riferimento a tipologie di lavoro *labour intensive* come l'agricoltura e il manifatturiero; il secondo motivo è il vantaggio in termini di «costo della vita» che la zona rurale vanta nei confronti di quelle più vicine al litorale, vantaggio che, soprattutto in fasce di popolazione con redditi pro-capiti tendenzialmente più bassi, incide notevolmente nella scelta del comune in cui abitare.

ASPETTI SOCIALI

Per questo tipo di parametri non sono rilevabili dati a livello di aree sub provinciali e quindi proponiamo una lettura induttiva dall'intero contesto della Provincia di Pesaro ed Urbino, effettuando le relative comparazioni su scala regionale e nazionale.

Nella classifica sul *livello di qualità della vita* stilata da «*Italia Oggi*»⁶, la provincia di Pesaro e Urbino nel 2007 si posiziona al 34° posto sulle 103 province italiane. Oltre a calcolare un valore sintetico generale, la ricerca classifica tutte le province in base ad un paniere di sottocategorie (riportate nella tabella 4).

Tab. 4 – Qualità della vita

	Prov. PU	Prov. AN	Prov. MC	Prov. AP
QV (Valutazione / posizione)	670,32 (34°)	653,83 (37°)	598,65 (52°)	578,19 (55°)
- Affari e lavoro	629,64 (48°)	611,10 (51°)	519,35 (56°)	356,81 (55°)
- Ambiente	440,92 (51°)	574,27 (42°)	339,78 (78°)	509,35 (59°)
- Criminalità	666,22 (33°)	716,37 (26°)	682,54 (31°)	891,41 (7°)
- Disagio sociale	639,03 (32°)	323,71 (88°)	544,36 (47°)	514,44 (56°)
- Popolazione	641,61 (33°)	495,52 (61°)	590,25 (43°)	501,55 (59°)
- Servizi	503,45 (49°)	891,40 (5°)	617,56 (29°)	570,47 (42°)
- Tempo libero	820,27 (17°)	850,99 (14°)	906,37 (7°)	779,68 (25°)
- Tenore di vita	472,43 (61°)	489,56 (60°)	370,47 (71°)	347,25 (74°)

Fonte: Italia Oggi – Qualità della vita 2006

Dividendo in tre fasce le province italiane (fascia alta dalla 1° alla 35° posizione, fascia media dalla 36° alla 67° posizione e fascia bassa dalla 68° alla 103° posizione), la tabella sopra presentata permette di osservare come la provincia di Pesaro e Urbino sia virtuosa in ben quattro categorie (criminalità, disagio sociale, popolazione) mentre nelle restanti quattro si attesta nella fascia media (affari e lavoro, ambiente, servizi, tenore di vita). Anche nel confronto con le altre province marchigiane la provincia di Pesaro e Urbino si piazza al primo posto nel confronto dell'indice assoluto; la lettura delle categorie invece permette di visualizzare come Pesaro e Urbino abbia il miglior punteggio nelle categorie Affari e Lavoro, Disagio Sociale e Popolazione, mentre riscontra livelli qualitativamente peggiori nelle categorie Criminalità, Servizi e Tempo Libero.

Il *buon livello della qualità della vita* nelle zone rurali di interesse, è stato sottolineato anche da uno studio che ha valutato la qualità agro territoriale nelle regioni⁷ in base ad

⁵ Nel 2007 nella Provincia di Pesaro e Urbino sono classificati 24.127 residenti stranieri, questa popolazione, in continua crescita, ha subito un rallentamento, poiché tra il 2006 ed il 2007 è stata del 4,5%, mentre negli anni precedenti aveva un'intensità ben maggiore: circa il 25% (02-03).

⁶ Italia a due velocità – Qualità della vita 2006, domenica 31 dicembre 2006

⁷ "l'Italia delle qualità agro territoriali, primo rapporto sulle qualità agro territoriali delle regioni ed il contributo dei piccoli comuni" Legambiente – Coldiretti, 2005.

indicatori che misurano la presenza di un patrimonio gastronomico diffuso e latente, la valenza naturale e la sensibilità ambientale, la vocazione al turismo rurale e così via.

In questo senso il territorio del Montefeltro disponendo di *rilevanti risorse naturali* con presenza di aree naturalistiche⁸ e di siti riconosciuti di importanza comunitaria.

Da rilevare anche il *patrimonio culturale estremamente diffuso* su tutto il territorio regionale. I piccoli comuni cui si è fatto riferimento costituiscono anche una fitta rete di borghi molti dei quali caratterizzati da centri storici antichi e di pregio (sono stati stimati a 900 i centri murati o comunque di impianto storico e sono stati censiti 9.000 beni immobili di valore tra chiese, case, palazzi, mura, portali, castelli, pievi, torri, teatri storici, ecc.). Fanno parte di questo contesto anche una fitta rete di musei, di biblioteche, di teatri, la presenza di alcuni parchi archeologici (sette a livello regionale). Inoltre è elevata anche la domanda di cultura: la spesa per attività ricreative e culturali rappresenta il 9% dei consumi (dato relativo al 2004), posizionandosi al terzo posto nella graduatoria tra tutte le regioni italiane. La Provincia di Pesaro e Urbino, e in particolare il territorio del Montefeltro, rientrano a pieno titolo in questa sintetica descrizione.

Nella Provincia di Pesaro vanno rilevati alcuni dei principali *indicatori sociali al di sotto della media nazionale*, anche se con una tendenza al miglioramento.

Tab. 5 – Strutture sociali

	Prov. PU	Prov. AN	Prov. MC	Prov. AP	Marche	Italia
Indice di dotazione di strutture culturali e ricreative (Italia =100)	89,7	102,2	117,1	77,2	96,8	100,0
Indice di dotazione di strutture per l'istruzione (Italia =100)	101,9	131,0	107,2	65,8	102,1	100,0
Indice di dotazione di strutture sanitarie (Italia =100)	61,4	155,5	71,1	83,9	92,2	100,0
Indice di dotazione di infrastrutture sociali (Italia =100)	84,4	129,6	98,4	75,6	97,0	100,0

Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT 2005: Atlante della competitività (Unioncamere, 2007).

La tabella permette di evidenziare come sia piuttosto scarsa la dotazione di strutture sociali nella provincia di Pesaro e Urbino sia rispetto al dato nazionale che a quello marchigiano. Particolarmente carenti risultano le strutture sanitarie, mentre superiore al valore italiano (in linea con il valore marchigiano) sono le strutture per l'istruzione.

L'ACCESSIBILITÀ'

Il sistema della viabilità che permette l'accesso all'area del Montefeltro è costituito da grandi direttive che ne lambiscono i confini e da una rete infrastrutturale di viabilità ordinaria interna fondata per la maggior parte su strade d'importanza provinciale, regionale e da strade comunali extra urbane.

Il principale problema che da sempre limita lo sviluppo di una rete viaria di grande comunicazione è dovuto alla presenza dell'Appennino che rappresenta una chiusura rispetto alle regioni limitrofe; si è andata così consolidando nel tempo una struttura viaria a "pettine" con la concentrazione delle infrastrutture di trasporto più importanti lungo la linea costiera.

Da Nord e da Ovest l'accesso prioritario è garantito dalla E45 che comunque passa longitudinalmente oltre i confini regionali e per il futuro dal progetto in corso di elaborazione della "Pedemontana"; verso Est si trova il sistema longitudinale costiero del Corridoio Adriatico: composto dall'Autostrada A14, la dorsale ferroviaria BO-PE e la SS16 "Adriatica"; dal versante Sud la E78, la Fano – Grosseto e la SS 3 Flaminia collegano la

⁸ Come ad esempio: la riserva naturale della Gola del Furlo; la riserva naturale delle Cesane; il parco naturale del Sasso Simone e Simoncello; il parco naturale del Monte Catria; il parco naturale del Bosco di tecchie; le aree dell'Alpe della Luna, del Monte Nerone.

costa adriatica con Urbino e con altri comuni del versante Sud del Montefeltro quali Acqualagna, Cagli e Cantiano. Il sistema è completato da una serie di arterie di minore importanza che collegano il territorio in direzione Est-Ovest seguendo l'orografia della zona; fra queste, a nord la 258 "Marecchiese" che collega Rimini a Novafeltria e poi alla E45, la 423 Urbinate "Gallo di Petriano" che da Pesaro giunge ad Urbino e Urbania e poi la SS73 bis "Bretella di Urbino" che da Urbino si collega alla E45 ed in ultimo ancora più a sud la SS258 "Cesanense".

L'area del Montefeltro è un'area interna caratterizzata da insediamenti abitativi diffusi, dove per la mobilità l'impiego del mezzo privato rappresenta, in prima battuta, una opzione senza alternative. Le politiche di sviluppo dei trasporti prevedono per quest'area nel medio-lungo periodo la trasformazione della rete viaria dall'attuale forma "a pettine" ad una più efficace infrastrutturazione a rete e nel breve-medio periodo il rafforzamento di una rete di linee di trasporto pubblico extraurbane lungo le relazioni a maggiore domanda, con previsione di adeguati nodi di interscambio e attestamento che consentano un agevole trasferimento dall'autovettura privata alle linee di trasporto pubblico; la sperimentazione di forme innovative di gestione dei servizi di trasporto pubblico nelle aree a domanda debole, con il duplice obiettivo di incrementare, anche al di fuori delle aree dense, l'utilizzo di mezzi di trasporto pubblico e di offrire comunque un adeguato livello di accessibilità a tutto il territorio regionale. La rete del trasporto pubblico dovrà coprire il territorio senza discontinuità tra gli ambiti urbani e quelli extraurbani, i quali sono ormai solo prolungamenti esterni dell'ambito urbano.

L'accessibilità all'area del Montefeltro è garantita quasi esclusivamente dai mezzi di trasporto su gomma (allegato 1), infatti le Stazioni ferroviarie utili per raggiungere il Montefeltro sono:

Rimini

Pesaro

Fano

Cattolica

Fossato di Vico

e anche, ma più distanti, San Sepolcro, Arezzo e Città di Castello - Pergola (piccola stazione sulla linea Pegola-Fabriano).

Gli aeroporti di riferimento più raggiungibili dal Montefeltro sono quelli di:

Forlì

Rimini

Falconara Marittima.

I TEMPI DI PERCORRENZA

I tempi di percorrenza per il Montefeltro sono stati calcolati rispetto alla zona costiera adriatica ed in particolare rispetto a Rimini, nell'allegato 1 e Pesaro nell'allegato 2, che rappresentano in un'ottica di breve-medio periodo i bacini di domanda potenziale di maggiore interesse per il sistema del Montefeltro.

Ogni fascia raffigurata nelle cartine, di cui all'allegato, indica quali comuni sono raggiungibili in una unità temporale di 15 minuti; dunque partendo dalla costa adriatica di Rimini o Fano, la prima fascia di comuni è raggiungibile in un quarto d'ora, la seconda in trenta minuti fino al confine ovest dell'area di nostro interesse che si può raggiungere in settantacinque minuti massimo da Pesaro e novanta da Rimini (allegati 2 e 3). Si tratta in ogni caso di tempi di percorrenza che garantiscono la possibilità di visite turistiche anche nell'arco di una sola giornata o frazione e dunque rendono possibile anche la visita di

alcuni beni del patrimonio in esame ed il ritorno nelle località di vacanza costiere prescelte. Tuttavia non si deve escludere che nella maggior parte dei casi è consentita anche la partecipazione a singoli eventi, spettacoli e manifestazioni nel corso di tutte le fasce orarie della giornata di visita comprese quelle serali.

LA GOVERNANCE: IL PROBLEMA VALMARECCHIA

Il territorio del GAL è stato per lungo tempo protagonista di iniziative partecipate, basti pensare alla realizzazione del “Patto Territoriale per l’occupazione dell’Appennino Centrale” che ha visto coinvolto l’intero territorio insieme alle aree confinanti dell’Umbria, Toscana e Romagna, che ha poi permesso di implementare per la stessa zona un “Patto Territoriale Verde”; alle iniziative concertate tra le 4 Comunità Montane a livello di servizi come il nodo tecnico informatico di Urbino, il distretto turistico del Montefeltro. Lo stesso programma Leader che vede da oltre 12 anni impegnate le componenti politiche economiche e sociali alla realizzazione dell’iniziativa.

Qualcosa però è cambiato dal giorno 18 dicembre 2006, data in cui si è tenuto il referendum popolare consultivo nei sette comuni dell’Alta Valmarecchia (Casteldelci, Maiolo, Novafeltria, Pennabilli, San Leo, Sant’Agata Feltria e Talamello) per il passaggio alla regione Emilia-Romagna sotto la provincia di Rimini. Dei 16.140 aventi diritto, il 67,51% ha votato e il risultato è stato SI 83,91% e NO 16,09%.

Le motivazioni che hanno spinto alla richiesta del referendum sono di varia natura: economiche, sociali e culturali.

- Integrazione economica: imprese artigiane e piccole imprese del settore industriale sono collegate alle imprese del metal meccanico riminese con relative offerte occupazionali di mano d’opera.
- Integrazione sociale: gli anni settanta hanno visto un forte fenomeno di emigrazione dalla Valmarecchia verso la riviera Romagnola il che ha creato relazioni umane e sociali.
- Servizi: la rete del trasporto pubblico è esclusivamente indirizzata verso Rimini, la gestione dei servizi primari è appaltata a società romagnole
- Informazione e comunicazione: sia nella carta stampata che nell’informazione di TV e radio locali i fatti della Valmarecchia trovano spazio nelle edizioni romagnole.

Il GAL ha sempre manifestato una particolare attenzione per quest’area ed intende promuovere un’azione mirata al suo coinvolgimento e di tutoraggio durante l’esecuzione del programma pensando che l’animazione legata al PSL possa contribuire a risolvere la conflittualità territoriale in atto e, qualunque sarà la soluzione amministrativa finale, il GAL diverrà portatore di un sostegno per lo studio e la riconoscibilità della propria storia e della cultura da mettere a confronto con quella di altri territori, per altro molto simili.

Sotto l’aspetto del risparmio energetico la pubblica amministrazione mostra sensibilità ed in particolare sono i comuni più piccoli a sapersi meglio orientare. Questo è quanto risulta dal Rapporto Comuni Rinnovabili 2008 elaborato da Legambiente che testimonia indiscutibilmente come anche i piccoli comuni possano emergere a livello nazionale per la sostenibilità ambientale. Il rapporto riassume la situazione in base alle segnalazioni volontarie inviate dai comuni non è quindi completo ed esaustivo. La posizione occupata dai comuni del GAL è riportata nell’allegato 4.

1.1.2 CARATTERISTICHE ECONOMICHE

TESSUTO IMPRENDITORIALE

Una delle caratteristiche generali dell'intera Regione Marche è l'elevato rapporto tra il numero delle imprese e quello della popolazione. Tale aspetto, se per certi versi è il risultato virtuoso della vocazione ad intraprendere degli abitanti, è anche la conseguenza di un elemento critico di quest'area: la scarsa capacità ad attuare percorsi di aggregazione e crescita dimensionale.

Invece, uno degli aspetti specifici nel territorio del Montefeltro è una *densità di aziende limitata*, inferiore al livello medio regionale e provinciale. Questo valore è caratteristico anche dell'altra area Leader della Provincia e quindi pare caratterizzare in maniera uniforme l'intero complesso delle aree interne.

Tab. 6 – Numerosità imprese

	GAL Montef.	Prov. PU	Aree GAL	Aree Rurali	Marche	Italia
Numero	14.493	43.509	66.418	126.412	156823	5.061.859
Densità num/100 ab	6,89	10,33	6,9	7,2	10,36	8,66
Variazione (06-07)	1,1%**	1,2%*	nd	nd	-0,1%*	0%*

Fonte: nostre elaborazioni su dati: ISTAT 2005, Atlante della competitività (Unioncamere, 2007); ISTAT 2006, Compendio Statistico della Provincia di Pesaro e Urbino (CCIAA, 2007)

In termini di trend temporale si riscontra una *natimortalità positiva*, il numero delle imprese registrate cresce nel Montefeltro e nelle altre aree della Provincia di Pesaro, facendo registrare un dato significativo di vivacità del sistema imprenditoriale, in controtendenza rispetto alla stagnazione a livello regionale - 0,1% e a livello nazionale 0%⁹.

Tab. 7 – Distribuzione imprese per settore

	GAL Montef.	Prov. PU	Aree GAL	Aree Rurali	Marche	Italia
Primario	24,1%	16,6%	nd	nd	22,1%	18,7%
Secondario	31,6%	31,7%	nd	nd	28,6%	26,3%
Terziario	40,4%	47,0%	nd	nd	47,3%	52,5%

Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT 2005: Atlante della competitività (Unioncamere, 2007).

Andando a vedere il peso (in termini di unità locali) di ogni settore produttivo, troviamo che attualmente il settore *terziario* è il *comparto più significativo* anche nel Montefeltro, sia pure con valori inferiori ad aree a minor tasso di ruralità¹⁰. Nelle zone rurali il settore *primario* ha un peso significativo, poiché attualmente riguarda quasi un quarto delle imprese in attività. Emerge comunque un fenomeno di diminuzione delle aziende di questo settore dovuta ad una modesta convenienza economica (spiegata nella prossima tabella) che spingono a ricercare nuove formule – incentrate anche sui prodotti tipici ed il turismo – che tendono ad aumentare la capacità di redditività degli imprenditori agricoli.

In ultimo, se consideriamo la dimensione delle imprese, troviamo che il territorio è caratterizzato da un *elevatissimo numero di microimprese*¹¹ (imprese che occupano meno di 10 addetti) che hanno un ciclo di vita più lungo rispetto alla media del Paese¹² e che sono ricorrentemente *organizzate in forma artigianale*¹³. Lo sviluppo di questo tessuto

⁹ Le Marche sono passate da 178.637 imprese nel 2006 a 178.547 nel 2007; in Italia nel 2006 registrava 6.125.514 imprese e nel 2007 6.123.272 (dati ISTAT, 2007).

¹⁰ Per tasso di ruralità si intende il rapporto tra il totale della popolazione attiva ed il totale della popolazione occupata nel settore agricolo.

¹¹ L'indagine sulle tipologie di imprese ha messo in evidenza una forte presenza di microimprese e di imprese artigiane: nel 2005 le imprese industriali con un numero di addetti fino a 9 unità era l'86%, valore ancora maggiore se si considerano le imprese di servizi, per le quali la percentuale sale al 96,96%.

¹² Le imprese pesaresi presentano un elevato tasso di longevità; il 9,5% infatti è sul mercato da più di vent'anni, mentre per l'Italia è del 8,50%.

¹³ Più elevato del dato nazionale è anche la percentuale delle imprese artigiane sul totale delle imprese attive che per l'Italia sono il 28,53% mentre nell'area di Pesaro e Urbino sono al 35,75%.

imprenditoriale, estremamente frammentato, è stato agevolato da una serie di *economie di sistema* basate per lo più in modelli di collaborazione di tipo distrettuale e su reti corte. Più di recente sono in corso fenomeni di riorganizzazione che paiono mettere in rilievo economie di rete (lunghe)¹⁴ ed economie di filiera.

Un importante fenomeno è quello dell'imprenditoria femminile che a livello provinciale denota una spiccata propensione alla capacità d'impresa come riporta la tabella allegata (allegato 5). Altrettanto considerevole è la capacità di fare impresa da parte di immigrati extracomunitari con trend in crescita dell'ordine del 10% annuo (allegato 6)

RISULTATI ECONOMICI

Se passiamo all'analisi della composizione del valore aggiunto apportato dai diversi settori produttivi, scopriamo che diminuisce sostanzialmente la differenza tra le zone rurali e le altre aree¹⁵ e notiamo l'evoluzione in atto di alcuni processi economici strutturali. In particolare è possibile constatare come *anche i territori rurali sono fortemente terziarizzati*, poiché oltre il 60% del Prodotto Interno Lordo è creato dalle imprese legate ai servizi. A questo processo si contrappone invece una riduzione del valore aggiunto prodotto dai compatti legati al primario e al secondario.

Tab. 8 – Distribuzione del PIL per settore

	GAL Montef.	Prov. PU	Aree GAL	Aree Rurali	Marche	Italia
Primario	2,5%	1,8%	nr	2,5%	2,3%	2,5%
Secondiario	34,7%	31,9%	nr	30,6%	30,3%	26,6%
Terziario	62,8%	66,4%	nr	66,9%	67,5%	70,9%
Variazione (06/07)	Nr	4,0%	nr	nr	4,3%	4,0%

Fonte: nostre elaborazioni su Dati ISTAT 2003: PSR 2007-2004; ISTAT 2004: Atlante della competitività (Unioncamere, 2007).

Negli ultimi decenni l'economia nel Montefeltro si è basata sul manifatturiero e sul sull'industria delle costruzioni¹⁶. L'area anche oggi mantiene una specificità in questo senso mantiene un caratterizzazione in alcuni settori tradizionali dell'economia, per i quali è sempre più forte l'esposizione alla concorrenza dei Paesi emergenti e la pressione competitiva dei mercati internazionali. In ambito industriale la vocazione del Montefeltro è espressa da alcuni compatti tradizionali del made in Italy come: l'arredamento (nei SLL di Piandimeleto, Sassocorvaro e Urbino); l'abbigliamento (nei SLL di Cagli e Sant'angelo in Vado); la meccanica (Novafeltria).

Il settore primario, che fa registrare un contributo al PIL nel Montefeltro solo per il 2,5%, mostra che *l'agricoltura ha notevoli difficoltà di competitività*¹⁷. Il punto di rilancio sta nel posizionare questo comparto in quella nicchia ad alto valore aggiunto (basato su tecniche tradizionali di cultura, biodiversità ed alto standard qualitativo dei prodotti), ed integrarlo con altre economie legate al territorio ed al turismo. In questo senso, analizzando nel dettaglio i segmenti del terziario in maggiore fermento, vediamo che all'interno del territorio del Montefeltro si registra una significativa *crescita delle attività turistiche*. Questo importante fenomeno conferma la vocazione turistica del territorio, caratterizzato dalla presenza di importanti città artistiche, borghi storici, patrimoni naturali ed ambientali.

¹⁴ anche permesse dall'opportunità d'interazione a distanza delle ICT che possono permettere la creazione di distretti trans contestuali e modelli olonico virtuali basati sulla condivisione delle conoscenze e degli obiettivi.

¹⁵ Si ricordi (tabella precedente) che la percentuale del numero delle imprese era di circa 20 punti percentuali, maggiore nel settore primario e inferiore nel terziario. Questa correlazione inversa testimonia la bassa produttività e le difficoltà di redditività del settore primario tout court.

¹⁶ La ricchezza prodotta dall'industria tra il 2003 al 2007 nel territorio della Provincia di Pesaro e Urbino, è aumentata del 21% (superando sia la media regionale +15,4%, e quella nazionale +4,6%). Positivo ma meno sensibile è l'incremento del settore delle costruzioni che nello stesso periodo si attesta al 8,1.

¹⁷ Un dato che testimonia il sensibile ridimensionamento dell'agricoltura è la flessione del -19,6% che nel 2006 c'è stata nella Provincia di Pesaro, un trend analogo ma più contenuto c'è stato nell'intero territorio nazionale che nello stesso periodo segna un -10,8%.

Alcuni ulteriori fenomeni che caratterizzano la struttura economica del Montefeltro sono un' elevata propensione all'esportazione ed una crescita delle importazioni di energia. Negli ultimi anni (tra il 2003 e il 2007) abbiamo rilevato un trend positivo sia delle importazioni¹⁸ che delle esportazioni, con un tasso di copertura (rapporto percentuale tra export ed import) che per la provincia pesarese è del 266%¹⁹, contro il 170% delle Marche e il 97,4% dell'Italia (allegati 7, 8, 9 e 10).

Tab. 9 – Export

Provincia di Pesaro e Urbino	Export 2007 (in mln)	Quota su valore Marche	Quota totale (prov.le)
Mobili	421	62%	18%
Macchine utensili	395	91%	17%
Navi e imbarcazioni	189	39%	8%
Articoli di abbigliamento	156	33%	7%
Metalli di base non ferrosi	154	96%	7%
Altri prodotti in metallo	113	32%	5%

Fonte: dati camera di commercio PU elaborazione ASPIM 2000

Anche le importazioni, nel corso degli ultimi anni (2003-2007), hanno avuto una sensibile crescita aumentando del 72,1%, quasi il doppio del valore registrato su scala nazionale (+ 40%). L'importazione ha riguardato, oltre alle materie prime e i semilavorati, in maniera crescente l'energia, confermando la propensione del sistema economico locale ad acquisire questo fattore produttivo dall'estero.

Il commercio, per effetto dell'estrema frammentazione dei comuni e per la piccola dimensione abitativa che li caratterizza, risulta ancora fortemente rappresentato dai mercati settimanali per ambulanti. Spesso è grazie a tale organizzazione che anche gli insediamenti più piccoli possono contare sulla distribuzione di quei prodotti altrimenti irreperibili localmente, la allegata tabella (allegato 11) mostra la diffusione delle attività commerciali per comune.

Tab. 10 – Attività commerciali

Attività commerciali nell'area del gal Montefeltro					Anno 2005
	commercio non alimentare	dettaglio alimentare	sede fissa esercizi pubblici	super/iper mercati	centri commerciali
TOTALE	1317	612	730	20	1

Fonte: Ufficio Territoriale del Governo di PU nostra elaborazione

Infine, un aspetto che incide fortemente sul tessuto economico e la potenzialità competitiva del territorio è il *basso livello di dotazione infrastrutturale*. Colpiscono le carenze nelle infrastrutture ferroviarie, ma anche di porti e aeroporti della provincia di Pesaro e Urbino, valori che si distanziano sensibilmente anche dalla media marchigiana (in particolare nei confronti della provincia di Ancona). Indici meno negativi, ma sempre sotto la media nazionale, caratterizzano tutte le voci di dotazione infrastrutturale, eccezion fatta per la rete stradale che è superiore anche alla media marchigiana.

¹⁸ La crescita dal 2003 è stata dell'42,3% (contro il 35,05% dell'Italia). Il 2007 ha fatto registrare un aumento dell'8% rispetto all'anno precedente.
¹⁹ Ciò significa che la percentuale di ciò che si esporta è più del doppio di quella che quantifica ciò che si importa.



Tab. 11 – Dotazione di infrastrutture

	Prov. PU	Prov. AN	Prov. MC	Prov. AP	Marche	Italia
Indici di dotazione della rete stradale (Italia=100)	119,4	107,2	83,8	122,3	108,10	100
Indici di dotazione della rete ferroviaria (Italia=100)	52,2	303,8	24,1	49,3	106,5	100
Indice di dotazione dei porti (e bacini di utenza) (Italia=100)	34,18	199,6	17	36	71,14	100
Indice di dotazione degli aeroporti (e bacini di utenza) (Italia=100)	42,55	111,6	21,6	25,6	50,42	100
Indice di dotazione di impianti e reti energetico-ambientali (Italia=100)	75,36	105	71,9	81,2	83,12	100
Indice dotazione strutture e reti per telefonia e telematica (Italia=100)	79,32	113,5	63,8	80,2	84,06	100
Indice di dotazione delle reti bancarie e servizi vari	83,51	83,5	127,3	81,8	97,04	100

Naturalmente questo dato non può non avere una influenza piuttosto rilevante sulle possibilità di sviluppo e di crescita dell'area del Montefeltro. Ma forse è ancora più interessante rilevare come, con indici piuttosto scadenti come quelli presentati, siano possibili invece livelli di sviluppo economico del tutto rispettabili, a dimostrazione della presenza di un tessuto economico-produttivo che riesce ad adattarsi alle difficoltà e alle carenze strutturali dell'area.

OCCUPAZIONE E TENORE DI VITA

I dati relativi al mercato del lavoro sono rilevabili e comparabili a livello provinciale, mentre non è stato possibile classificare le informazioni a livello di aree sub provinciali. Possiamo comunque delineare una situazione sostanzialmente positiva nella provincia in cui si trova il Montefeltro: il *tasso di disoccupazione* è *inferiore* rispetto a tutte le province delle Marche e notevolmente inferiore rispetto alla media del Paese.

La distribuzione degli occupati per settori di attività evidenzia il processo di terziarizzazione dell'economia provinciale, con i servizi che rappresentano la fonte occupazionale principale e crescente²⁰. Diminuisce invece il peso dell'industria e soprattutto dell'agricoltura²¹, che registra un pesante ridimensionamento. Nonostante tale processo, che ha consentito negli ultimi anni la crescita dell'occupazione, il livello di terziarizzazione è ancora contenuto rispetto alla media nazionale. Il valore degli occupati nel settore dell'industria è superiore al livello del Paese, confermando l'elevata vocazione manifatturiera del territorio.

Infine un elemento importante che caratterizza il territorio pesarese è l'elevata presenza di occupazione femminile. Sia in termini assoluti, il 56% per Pesaro e Urbino contro il 46,3% per l'Italia, sia con riferimento al trend degli ultimi anni²².

Tab. 12 – Occupazione

	GAL Montef.	Prov. PU	Prov. AN	Prov. MC	Prov. AP	Marche	Italia
Tasso dis. 14-64	nd	5	7,1	5,2	5,8	5,3	8,3
Occupati per settore							
- primario	nd	3,9	3,1	2,4	4,6	3,6	4,4
- secondario	nd	39,3	33,1	45,1	41,5	39,4	30,7
- terziario	nd	56,8	63,7	52,4	53,9	56,9	64,9

Fonte: Dati ISTAT 2004 Atlante PSR vp 114

²⁰ I lavoratori occupati nei servizi sono il 59,8% nel 2006, a fronte del 56,8% nel 2004

²¹ Che rispettivamente passano dal 39,3% (2004) al 38,4% (2006) e dal 3,9% (2004) all'1,9% (2006).

²² L'occupazione femminile dal 2004 al 2007 è aumentata del 2,7% a Pesaro Urbino contro l'1,1% in Italia. La differenza tra uomini e donne occupate, pur essendo tra i più bassi d'Italia, segna un +18% a favore degli uomini; contro il 24,2% del Paese.

Nel territorio pesarese si registra un *reddito medio pro-capite inferiore* a quello di altre aree sub regionali e del valore medio dell'intera regione. Questo dato, nonostante l'elevata imprenditorialità e la capacità di esportazione, evidenzia la presenza di fattori di criticità nella struttura economica del territorio. Il principale fattore di questo ritardo è sicuramente la limitata produttività del lavoro²³. Questa caratteristica è purtroppo il risultato di elementi strutturali dell'economia locale, che ha un'elevata vocazione per settori tradizionali del made in Italy senza elevato valore aggiunto e che si è sviluppato secondo modelli di eccessiva frammentazione.

Tab. 13 – Tenore di vita

	Prov. PU	Prov. AN	Prov. MC	Prov. AP	Marche	Italia
Reddito pro capite	15.114	15.245	15.181	15.504	15.265	15.031
Consumi pro capite	14.105	14.814	13.379	12.948	13.882	13.704

Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT 2004: Atlante della competitività (Unioncamere, 2007).

La *struttura dei consumi* però rileva una realtà che per molti aspetti è migliore di quella registrata su scala nazionale. Infatti se è praticamente uguale la percentuale di consumi non alimentari (che sono quelli con una elasticità maggiore rispetto al reddito percepito), leggermente superiore è il livello di consumi finali interni che per Pesaro e Urbino è di € 14.819,64 mentre per l'Italia è di € 14.392,60.

1.1.3 AGRICOLTURA E ZOOTECNIA

L'AGRICOLTURA

Il paesaggio rurale del Montefeltro è caratterizzato da un tessuto agricolo in cui prevalgono le coltivazioni vegetali quali cereali e foraggiere, mentre la frutticoltura, la viticoltura e l'olivocoltura sono praticate a livello di autoconsumo o comunque in realtà minori rispetto agli standard economici tradizionali.

Le particolari situazioni climatiche, orografiche, pedologiche e geologiche di questi luoghi hanno fatto sì che nel tempo l'attività agricola abbia interagito di volta in volta con l'ambiente circostante, integrandosi con esso fino a costituire un tessuto unico che oggi rappresenta un patrimonio che va al di là del valore stesso dei prodotti dell'attività primaria. L'agricoltura soprattutto quella montana è caratterizzata da aspetti di marginalità rispetto al resto della Provincia, marginalità da imputare a processi interni ed esterni, tra cui il fenomeno della specializzazione delle colture agricole, delle innovazioni e dei capitali investiti nelle aree di bassa collina, favorite anche da una politica di sostegno dei prezzi di molti prodotti agricoli.

Se da un lato questo può portare ad una minore competitività rispetto al settore agroalimentare dall'altro possono essere favoriti anche quei territori che producono prodotti tipici tradizionali ad elevato standard qualitativo.

In questo senso il territorio del Montefeltro rappresenta una vera eccellenza in tema di biodiversità, in particolare è ancora possibile individuare aree di conservazione di agrobiodiversità, luoghi dove si possono ritrovare varietà di colture ormai non più commercializzate dalla grande distribuzione e dai consorzi agrari.

Nell'ambito della rivalutazione del rapporto tra territorio rurale, paesaggio e uomo un'opportunità interessante è data dal recupero di antiche tecnologie produttive e antiche

²³ Nella Provincia di Pesaro si registra una produttività del lavoro di 49,7 mila euro, rispetto ai 57,3 mila euro dell'Italia.



specie vegetali valorizzate ai fini della tutela e della conservazione del patrimonio genetico e storico-culturale, ma che può essere sfruttato anche a fini economici.

Le antiche tecnologie produttive, anche se spesso non garantiscono l'efficienza in termini di quantità di prodotto, possono avere una ricaduta molto importante sull'immagine delle aziende che le utilizzano e del territorio rurale che le valorizza.

Uno degli elementi di forte caratterizzazione dell'area del Montefeltro è rappresentato dalla coltivazione del castagno (Alta Valmarecchia) un tempo molto più diffuso in quanto la castagna e suoi derivati erano parte integrante della dieta dell'uomo. Il Gal ha già svolto con la programmazione di LEADER+ un'azione infraterritoriale dedicata alla valorizzazione di questo prodotto.

Attualmente alcuni castagneti sono stati recuperati e alcuni sono in fase di recupero e si rendono necessarie azioni di valorizzazione del prodotto "Marrone del Montefeltro" già iscritto nell'elenco Nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali.

Risulta importante quindi valorizzare quelle produzioni che esprimono una particolare connessione tra territorio di origine, cultura, organismi viventi e tecniche di lavorazione.

Inoltre il territorio è conosciuto come un'area particolarmente idonea alla produzione di tartufi presente con tartufaie d'origine naturale e artificiale in quasi tutto il territorio, ma con particolare qualità e quantità sia nella zona del monte Catria e Nerone sia nella zona dell'Alta Valmarecchia.

I più importanti dal punto di vista commerciale sia per produzione sia per qualità, sono il tartufo bianco (*Tuber magnatum pico*) e il tartufo nero pregiato (*Tuber melanosporum*), le cui specie forestali simbionti sono la roverella, il carpino nero ed il leccio.

La ricerca del tartufo interessa gran parte della popolazione per la quale rappresenta una fonte di reddito integrativo di notevole consistenza, tanto che si tende a valorizzare questo prodotto con una serie di iniziative di carattere informativo e commerciale, quali la Fiera Nazionale del Tartufo che si svolge annualmente nella cittadina di Acqualagna, di S.Angelo in Vado, di Apecchio e di S.Agata Feltria.

Queste manifestazioni dovrebbero essere il primo passo per promuovere di concerto al prodotto tartufo anche il turismo nel comprensorio del Montefeltro, proponendo itinerari naturalistici e gastronomici che esaltino le caratteristiche paesaggistiche storiche e culturali di questa terra.

Proprio per l'importanza e la rarità di questi prodotti si rendono necessarie misure sostenibili nella gestione di questa risorsa attraverso la quale gli interessi economici si possano ben integrare con la sorveglianza e la tutela del territorio.

Vi sono alcune importanti aziende di trasformazione e commercializzazione su vasta scala (mondiale) del prodotto, anche se sono localizzate tutte ad Acqualagna. Sicuramente però, siamo lontani dalla piena espressione di quello che potrebbe essere un settore importante per l'economia delle aree interne della Provincia di Pesaro e Urbino.

Quello che si auspica è la realizzazione di aree pilota per lo studio e l'applicazione di tecniche di coltura che possano essere estese ad aree più ampie in tutto il Montefeltro e che possano sostenere una produzione legata ad una filiera corta che abbia un approccio sostenibile sul territorio e riflessi positivi sull'economia.

Oltre a quelli già citati in tutto il territorio del Montefeltro numerosi sono i prodotti che rientrano nel comprensorio dei marchi di qualità e la cui valenza può aumentare se associati ad una più vasta programmazione di valorizzazione e tutela del territorio nelle sue componenti ambientali e storico-culturali.

Tra i più noti si ricordano:

- Casciotta di Urbino-D.O.P.
- Prosciutto di Carpegna DOP

- Formaggio di fossa di Sogliano (e Talamello) DOP
- Vitellone bianco dell'Appennino centrale-I.G.P.

Inoltre esistono antiche varietà di alberi da frutto (pere, mele, pesche, corniole, prugnoli) e vecchie varietà ortive di pomodori e fagioli che rivestono un ruolo di fondamentale importanza nella conservazione delle risorse genetiche locali al fine di mantenere un elevato tasso di biodiversità, evitare l'estinzione preservando il territorio in cui sono inserite valorizzando l'economia locale di nicchia.

L'ALLEVAMENTO

In questo contesto si collocano le numerose aziende zootecniche, di piccole dimensioni, che praticano un allevamento estensivo che ben convive con il territorio da cui trae anche il suo modo di essere e di agire. Nella seguente tabella sono riportati i dati, forniti dalle ASL competenti sulle quattro Comunità Montane del Montefeltro, inerenti gli allevamenti ed i capi allevati:

Tab. 14 – Dati allevamenti

TERRITORIO MONTEFELTRO	SPECIE	N°ALLEVAMENTI	N°CAPI	MEDIA CAPI PER ALLEVAMENTI
ASL URBINO Area GAL	Bovini	371	13773	37
	Suini	90	3181	35
	Ovini	16	1523	95
ASL PESARO	Bovini	122	5645	46
	Suini	5	179	36
	Ovini	6	2314	386
TOTALE PROVINCIA	Bovini	493	19418	39
	Suini	95	3360	35
	Ovini	22	3837	174

Fonte: nostre elaborazioni su dati ASLL.

Per quanto riguarda l'allevamento bovino, si tratta di aziende di piccole dimensioni, con media di capi intorno ai 40, con disponibilità media di circa 40ha di terreno e con una produzione di alimenti per la maggior parte realizzata in azienda dove si coltivano orzo, favino, mais ed essenze foraggere da affienare. L'allevamento prevede l'utilizzo del pascolo per almeno 6 mesi all'anno, quindi di tipo semibrado, con basso carico di bestiame.

La razza prevalente rimane la Marchigiana che di solito si alleva in purezza, per la sua ottima capacità di adattamento al pascolo in terreni difficili, dimostrandosi valida razza per il recupero e la valorizzazione dei terreni marginali. La Limousine è allevata in minore percentuale per le sue ottime attitudini di animale da carne.

Gli animali sono iscritti ai rispettivi Libri Genealogici e la carne è certificata IGP. Gli allevamenti sono prevalentemente a ciclo chiuso, ossia linea vacca-vitello, i vitelli nascono generalmente in azienda, seguono le madri al pascolo e poi completano la crescita e l'ingrasso in stalla fino all'età di 16-22 mesi, o al max 2 anni, a pesi in genere superiori ai 6-7 quintali.

- L'allevamento suino del Montefeltro è caratterizzato da un numero ridotto di capi per azienda (35circa) dall'utilizzo per la razione di cereali e leguminose da granella direttamente prodotti dall'allevatore ed il ricorso a prodotti commerciali di origine controllata. Il pascolo integra l'allevamento in porcilaia e pertanto le razze sono prevalentemente autoctone e rustiche. Elevati risultano, rispetto all'allevamento intensivo padano, l'età e il peso di macellazione, per ottenere prodotti da trasformare maturi, sapidi come la tradizione da sempre richiede.

- L'ovinicoltura di tutto il territorio pesarese-urbinate è contrassegnata dalla forte presenza di allevatori di origine sarda, stanziati da oltre 30 anni sul territorio, che allevano la razza Sarda ad attitudine lattifera, che fornisce però, nei due periodi di maggior richiesta Pasqua e Natale, agnelli da latte del peso all'incirca di 10Kg all'età di 1 mese.
- Il pascolo rappresenta l'unica forma di allevamento nel rispetto della tradizione e del benessere degli animali.

In conclusione la zootecnia che viene praticata in questa area è estensiva con pochi capi per azienda. La scelta delle razze autoctone permette di contare su un patrimonio genetico ben selezionato dall'ambiente perciò ben adattato al clima, ai terreni e al regime semibrado di allevamento. L'alimentazione è particolarmente curata nella ricerca delle materie prime tradizionali: cereali e fieni di produzione locale, abbinati all'utilizzo dei pascoli nei periodi primaverile ed estivo, costituiscono la base della razione delle tre specie principali.

In questo territorio il legame dei produttori con la tradizione, il rispetto dei ritmi naturali di crescita degli animali e del loro benessere, sono punti fermi di tutta l'attività zootecnica e garantiscono ai consumatori la genuinità dei prodotti e la loro qualità superiore.

Alla luce dell'evoluzione e dei numerosi cambiamenti che interessano la zootecnia in generale, si ritiene fondamentale promuovere attività di sostegno agli allevatori che dimostrano interesse ad allevare razze tipiche della regione Marche, fornendo materia prima per le produzioni tipiche locali.

È opportuno ed indispensabile, per offrire nuove opportunità occupazionali e di reddito agli allevatori marchigiani, valorizzare le seguenti tipologie di animali da reddito:

Tab. 15 – Razze da valorizzare

SPECIE	RAZZA
Bovina	Marchigiana
Ovina	Appenninica
Suina	Suino della Marca
Equina	Cavallo del Catria

Un problema manifestato durante gli incontri di concertazione del Piano risiede nel passaggio dalla fase di allevamento a quella della commercializzazione del prodotto. Sempre più spesso allevatori si trasformano in venditori del prodotto creando la reazione dello specifico settore del commercio.

1.1.4 AMBIENTE E PAESAGGIO

IL TERRITORIO

Sul piano fisico, e quindi orografico e morfologico, ma anche su quello ambientale, il dato peculiare che caratterizza l'area del GAL Montefeltro è determinato dal fatto che essa rappresenta il punto di congiunzione tra l'Appennino settentrionale e quello centrale.

In pratica, le peculiarità dell'area sono ascrivibili al fatto che la stessa è luogo di congiunzione e sovrapposizione di areali diversi, che qui trovano il loro punto di incontro, mescolando paesaggi ed ecotipi, che pure continuano a rimanere distinti, a seconda che affiori l'uno o l'altro litotipo.

Le due dorsali, settentrionale e centrale, seguono questo allineamento:

Dorsale umbro marchigiana, da sud est a nord ovest / M.Cucco, M.Catria, M.Petrano, M.Nerone e Montiego.

Dorsale tosco romagnola, da nord ovest a sud est/ M. Falterona, Alpe di Serra, M. Fumaiolo, Alpe della Luna, dorsale delle Serre e del M. Vicino.

I sistemi sub appenninici che affiancano la dorsale principale sono fortemente caratterizzati dall'area calcarea del Furlo e dalle Cesane a mezzogiorno (la prima costituisce una vera e propria singolarità paesaggistica), mentre a settentrione è il contrafforte del M. Carpegna a impostare la struttura morfologica del paesaggio.

La presenza, nella parte settentrionale della sub-regione descritta, di aree particolari e sostanzialmente estranee ad entrambi i sistemi paesaggistici principali, con litotipi alloctoni e relative peculiari morfologie (Aree Sasso Simone, parte della Valle del Foglia e soprattutto la Valmarecchia), arricchisce sensibilmente il quadro complessivo, e non solo sul piano geo-morfologico, ma anche su quello ambientale dato che, invariabilmente, al variare della situazione geologica e dei litotipi affioranti, si hanno variazioni più o meno marcate delle caratteristiche degli elementi costituenti l'ambiente stesso.

Benché l'area montana sia ancora coperta da una superficie forestale pari a circa il 50% del suo territorio (in alcuni comuni supera abbondantemente l'80%), non mancano visibili effetti della millenaria pressione antropica dell'uomo, che ha generato nelle cenesi forestali, assetti spesso precari sia in termini di naturalità che di stabilità ambientale.

Il paesaggio può essere suddiviso in due grandi comprensori: montano e collinare.

Il comprensorio montano, poco abitato e nel quale l'agricoltura, pur presente, ha un ruolo marginale, mentre il bosco invece riveste un ruolo di primo piano, per l'estensione percentuale sul territorio e per l'economia che finora ha indotto, anche se con più ombre che luci.

Il passaggio tra i due sistemi non è uniforme in tutto il territorio: nella parte meridionale (es. area di Cagli) il gradiente tra collina e montagna è limitato con un passaggio netto ed inequivocabile; più graduale invece, nella parte centrale (es. area di Mercatello) e in quella settentrionale (es. area di Pennabilli), mentre le caratteristiche dei due paesaggi si intersecano fortemente ed il gradiente non è definito ed incerto in tutta l'area che gravita attorno al contrafforte appenninico del M. Carpegna, dove le colture salgono a quote insolite per questo tratto appenninico pesarese.

Paesaggio montano: il paesaggio appenninico è dominato da una estesa foresta dall'aspetto cespuglioso, intervallata dai riquadri geometrici dei tagli a raso e da qualche coltivo.

L'allevamento, altro settore importante per l'area montana, capace di condizionare fortemente le caratteristiche del paesaggio, ha subito anch'esso una contrazione. Vi è però da dire che in passato il carico di bestiame sui pascoli aveva raggiunto livelli insostenibili per questa e per altre zone, analogamente a quanto avveniva un po' in tutto il Paese, con profonde modifiche del paesaggio e compromissione dei suoli su vaste aree. Oggi l'allevamento, bovino e ovino, è meno incisivo sulle caratteristiche del paesaggio, ma consente comunque la produzione di carni di qualità, con limitata stabulazione e alpeggio estivo.

Paesaggio collinare: l'area collinare, situata ad oriente di quella montana, con una morfologia mista, alterna dolci declivi ad aree con solchi vallivi più netti, ad altre calanchive. Le coltivazioni coprono gran parte del territorio (cereali soprattutto). In virtù dell'altitudine, ancorché modesta e soprattutto del clima alto adriatico, che nelle aree interne induce una certa continentalità, mancano quasi del tutto colture quali l'olivo, e anche la vite vi alligna marginalmente. E' presente anche il bosco, anche se in percentuali nettamente inferiori rispetto all'area montana.

Il paesaggio è prevalentemente agrario, dominato da una tipologia colturale a seminativi spesso arricchiti da formazioni lineari quali siepi, alberature, che a seconda delle loro

dimensioni e delle loro funzioni (confine poderale, frangivento, consolidamento di piccoli pendii, ecc..) costituiscono sistemi reticolari che possono facilitare la funzione di rifugio per gli spostamenti di animali mobili o fungere da elementi interessanti per la conservazione paesaggistica e la diminuzione della frammentazione del paesaggio rurale.

CONSERVAZIONE DELLA NATURA

Il parziale abbandono delle campagne e quello ben più sensibile delle aree montane, ha favorito l'espansione dei boschi e dei cespuglieti, con un immediato vantaggio di molte specie selvatiche che la capillare presenza umana aveva limitato o eliminato.

Esiste quindi ancora un patrimonio ambientale da salvaguardare, da cui derivano numerosi elementi di importanza ecologica e biogeografia, prevalentemente localizzati lungo la dorsale appenninica e caratterizzati dalla presenza di aree naturalistiche riconosciute sia a livello comunitario, sia a livello nazionale e regionale accanto alle quali si trovano aree rurali altrettanto importanti da salvaguardare e valorizzare.

In particolare il territorio delle quattro Comunità Montane contiene al suo interno 15 aree "Bioitaly" cioè aree ZPS (Zone di Protezione Speciale) ai sensi della Direttiva CEE 409/79 e aree SIC (Sito di Importanza Comunitaria) ai sensi della Direttiva CEE 43/92 cioè aree particolarmente importanti per la presenza di specie animali e/o vegetali e/o di habitat di particolare pregio o a rischio di estinzione.

Arearie SIC:

Boschi del Carpegna

Settori sommitali del Monte Carpegna e Costa dei Salti

Monti Sasso Simone e Simoncello (istituito Parco Naturale Regionale L.n.28/04/1994 n.15 art.36)

Arearie ZPS:

Monte della Perticara-Monte Pincio

Calanchi di Maioletto

Monte Silvestro-Monte Ercole

Valle Avellana

Valmarecchia tra Pontemessa e Martiri

Montecalvo in Foglia

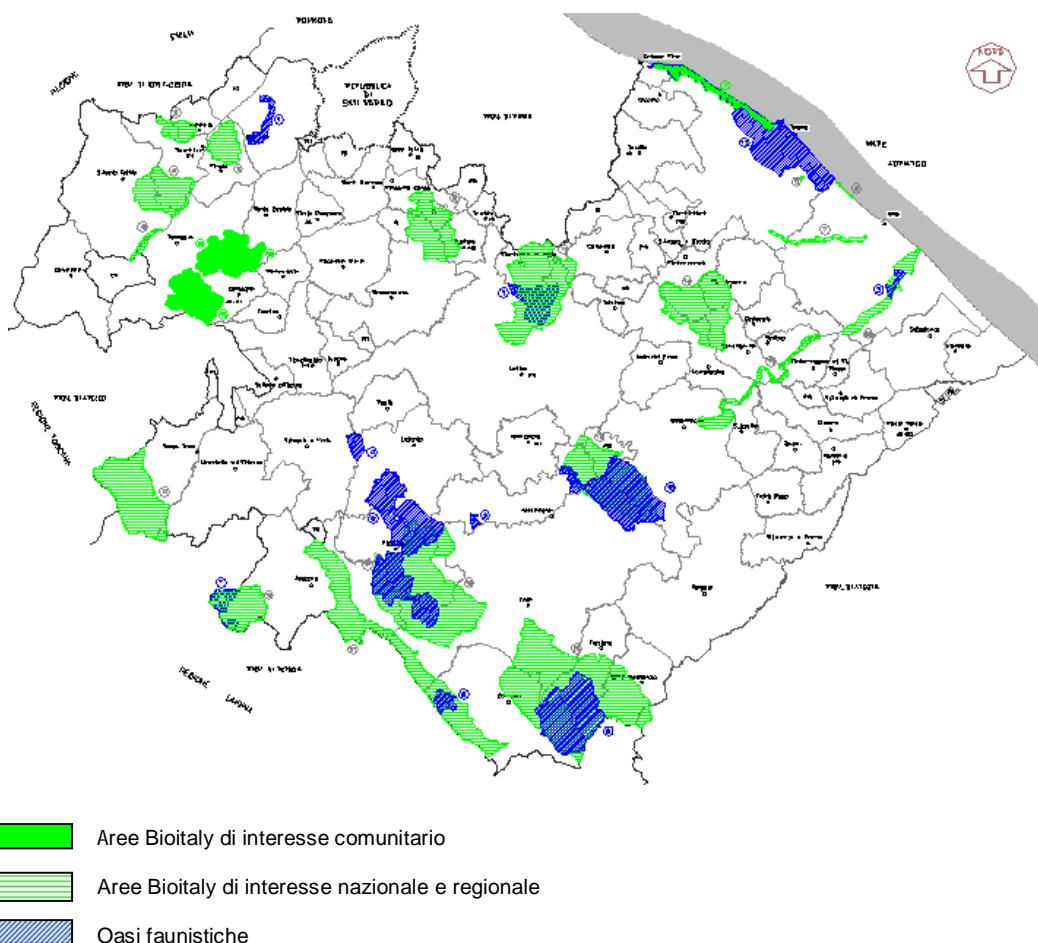
Gola del Furlo (Riserva Naturale dello Stato)

Alpe della Luna-Bocca Trabaria

Monte Nerone-Gola di Gorgo a Cerbara

Bocca Serriola

Monte Catria-Monte Acuto



Per quanto riguarda il patrimonio botanico-vegetazionale tutta l'area presenta interessanti formazioni, diverse tra loro a seconda delle fasce altitudinali, della geologia e pedologia del territorio le quali costituiscono i fattori che maggiormente influiscono sull' abbondanza e distribuzione della flora.

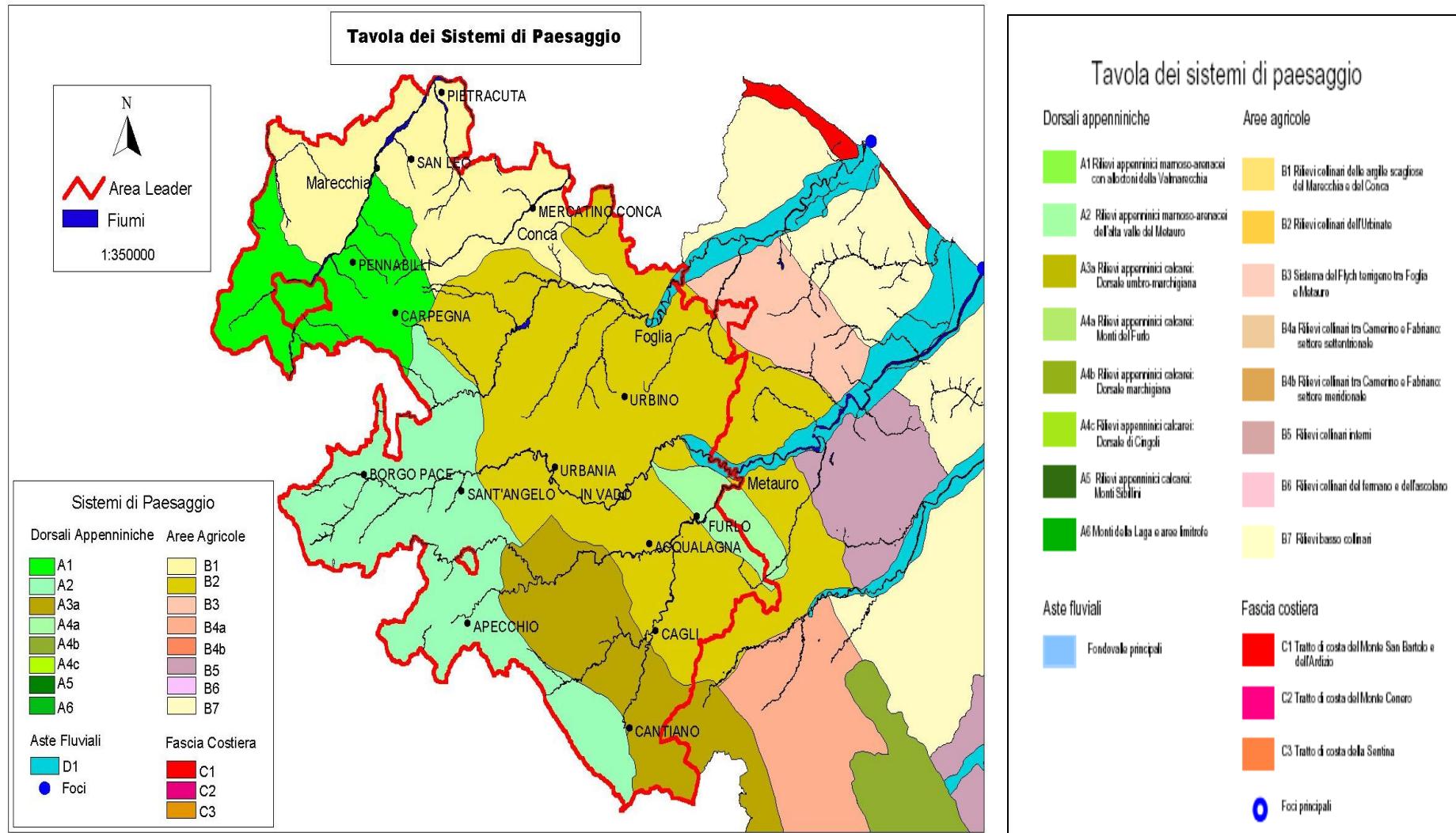
E' il caso di citare le faggete presenti sia nei versanti più freschi del monte Nerone che in Valmarecchia alle quali in alcune parti sono associati esemplari di *Taxus baccata*.

Altra importante risorsa per la conservazione della ricchezza di specie rare, in particolare di avifauna montana mediterranea, è costituita dalle praterie dei settori sommitali del Monte Carpegna e del Monte Catria in cui si rinvengono anche specie caratteristiche e di interesse floristico come alcune orchidee (*Ophrys bertolonii*, *Ophrys insectifera*).

Di notevole interesse naturalistico sono anche i rilievi calcarei e i calanchi poiché costituiscono gli habitat di specie molto specializzate a vivere in ambienti estremi come ad esempio l'Assenzio dei calanchi (*Artemisia cretacea*) o il Ginestrino (*Lotus corniculatus*).

I calanchi (S.Leo-Majoletto) sono elementi particolarmente significativi in quanto in essi convivono fenomeni di degrado del suolo e dinamiche naturali di tipo geomorfologico e vegetazionale che producono un paesaggio caratteristico e di grande interesse che, proprio per la fragilità delle sue componenti, può essere conservato attraverso una gestione dinamica che coordini le esigenze naturalistiche con quelle di tipo turistico-escursionistiche e didattiche.

Nell'allegato 10 sono elencate le aree floristiche protette presenti nel territorio del GAL.



IL PAESAGGIO: STRUTTURA, FUNZIONI E PECULIARITÀ

L'importanza che oggi si attribuisce al paesaggio si deve alla riscoperta delle sue funzioni ecologiche e di identità paesistica ed alla sempre maggiore esigenza di riscoperta della naturalità.

Nel focalizzare la centralità e l'unicità del paesaggio di questo territorio, è estremamente importante sottolineare come, negli ultimi venti-trenta anni, questo si sia profondamente modificato per cause legate ad aspetti di macroeconomia che hanno ancor più accelerato l'esodo dalle aree interne, l'abbandono dell'agricoltura estensiva e quindi la scomparsa degli ecosistemi agrari tradizionali.

Si pone quindi oggi un problema gestionale e di valorizzazione del sistema nelle sue diverse componenti

- qualificanti: entità naturalistiche e storico-culturali che possono fungere da elementi bandiera delle diverse unità ambientali;
- strutturanti: come l'assetto naturalistico e l'articolazione ecosistemica e del paesaggio;
- caratterizzanti: unità ambientali determinate dai fattori fisiografici, dalle componenti biotiche nonché dagli effetti delle attività umane in particolare in termini di uso ed organizzazione degli spazi territoriali.

La biodiversità è una risorsa di questi territori legata fortemente alla storia subita e allo stato dinamico degli ecosistemi attuali. Le azioni che si andranno ad intraprendere dovranno essere attente al suo incremento a tutti i livelli sia specifico che territoriale.

Uno degli obiettivi è quello di individuare, nell'ambito dell'area Leader, alcuni ambiti di eccellenza vocati a sostenere interventi di riqualificazione ambientale legati ad un recupero della riconoscibilità paesistica. Ciò a cui si aspira è un forte legame tra le azioni ed il territorio in modo che queste ridiventino necessarie al mantenimento del sistema ed il sistema sia necessario a queste.

La tavola dei sistemi di paesaggio caratterizza il sistema territoriale in relazione all'omogeneità dei sistemi forestali che potenzialmente definiscono spazi vitali sufficienti alle diverse specie per sostenere una biodiversità importante.

L'aumento eccessivo dell'eterogeneità ambientale è proprio uno degli elementi che determina una mancanza di spazio minimo vitale per le specie con il risultato di far diminuire fortemente la biodiversità.

Per evitare questo, occorre agire sui sistemi di paesaggio che sono ambiti ampi, plurifunzionali potenzialmente autosostenibili. I sistemi di paesaggio sopra descritti possono essere specificati in relazione alla loro tipologia e ad una serie di considerazioni legate sia alle caratteristiche ambientali a climatiche vegetazionali e paesaggistiche, ma anche alla potenzialità a sviluppare azioni peculiari di gestione territoriale e di riqualificazione dell'identità territoriale.

In particolare si possono individuare 6 ambiti di intervento, sintetizzati nella "Tavola degli Ambiti di Intervento", che può essere utilizzata come strumento di base implementabile, per poter meglio caratterizzare le azioni individuate dal progetto e che possono essere intraprese in modo trasversale nell'area del GAL:

- Ambiti agrari di montagna;
- Ambiti agrari di alta collina;
- Ambiti agrari, cioè gli agro-ecosistemi più classici;
- Aree montane di espansione in cui è possibile lo sviluppo del paesaggio montano;
- Boschi montani cioè gli ambiti più propriamente montani con boschi e pascoli
- Ambiti fluviali;
- Ambiti agrari di montagna

Queste aree corrispondono a territori costituiti principalmente da aspetti di tipo agrario, ma con elementi caratterizzanti che permettono di interpretarlo quale paesaggio agrario montano.

Si tratta di aree con acclività moderata o assente, in luoghi non troppo difficili da raggiungere, e con le giuste situazioni pedologiche, climatiche e sociali tali da poter far auspicare un mantenimento della tipologia paesaggistica. In particolare sono stati individuati i declivi più bassi sulla destra e sulla sinistra orografica del medio (e ampio) corso del Marecchia, alcune aree degli angusti sinclinori presenti tra la dorsale carbonatica e quella arenacea, alcuni piccoli altopiani, riconducibili all'esistenza di antichi bacini endoreici e infine piccole aree inserite in contesti alto collinari, dove è presente un paesaggio agrario classico, ma con evidente forzatura (e relativi danni ai suoli) e dove le caratteristiche generali dell'ambiente consiglierebbero la conversione ad un paesaggio agrario di tipo montano.

• Ambiti agrari di alta collina

Questi territori corrispondono alle zone di alta collina, fino ad una quota massima di circa 450 metri. Il paesaggio ha caratteri di transizione tra quelli di tipo agricolo e montano. Pur avendo delle affinità con la tipologia d'ambito precedente, le differenze sono tuttavia rilevanti, soprattutto sul piano della biodiversità; pertanto questo settore deve essere considerato come vera e propria unità di sistema, con caratteristiche proprie.

Da un punto di vista territoriale sono state individuate le seguenti aree utili ad attivare processi pilota di gestione:

Aree collinari dell'urbinate, tra la città e Urbania/Peglio/ Sassocorvaro; verso S.Angelo in Vado e l'area di alta collina a ridosso dei Monti del Furo.

Alcune aree nella zona di Frontino.

• Ambiti agrari

Questo territorio corrisponde a zone in cui insiste principalmente un paesaggio agrario con caratteristiche classiche, che ci permettono di interpretarlo quale tipico agro-ecosistema.

In particolare sono state individuate:

Le aree collinari lungo la Valmetauro, tra Urbania e S.Angelo in Vado e tra questo e Piandimeleto, più a valle tra Urbania e Fermignano.

I piani pedemontani dell'area cagliese (Screbia e S.Savino), peraltro già dotati di vincolo monumentale e quella analoga tra il Metauro e il Candigliano, ai piedi della dorsale di Montiego.

• Ambiti montani

Trattandosi dell'area di confine tra Appennino Settentrionale e Centrale, questo territorio assume un' importanza di assoluto rilievo, dato che costituisce il punto di contatto tra tipi litologici diversi e quindi tra paesaggi montani differenti come già spiegato in premessa.

Gli ambiti montani, in virtù di un'antropizzazione nettamente inferiore rispetto a quella che interessa le altre tipologie territoriali sono quelli maggiormente conservati ed in cui si riscontra la biodiversità maggiore. Si tratta peraltro di paesaggi che in certi casi hanno un livello di conservazione tale da determinare l'esistenza di luoghi che non è sbagliato definire "aree wilderness" a causa dell'assenza di infrastrutture che sono spesso presenti in altre realtà montane.

• Aree montane di espansione

Queste aree rappresentano i territori di espansione potenziale del paesaggio montano con le caratteristiche e qualità migliori ed al momento non assumono la stessa elevata qualità delle aree montane. Ciò perché limitate da attività antropiche non compatibili, o caratterizzate da dinamiche ecologiche conseguenti all'abbandono colturale. Sono però aree con una forte potenzialità in cui la naturale evoluzione, se assecondata può portare in tempi medi o brevi alla formazione di un paesaggio montano pienamente espresso. Né per esse è possibile e

ragionevole pensare a forme diverse di evoluzione o utilizzo. Le aree di espansione del paesaggio montano sono localizzate sia sul settore calcareo che arenaceo, che sulla dorsale del M. Carpegna, ma sono più estese nel settore arenaceo.

• Aree fluviali

I fiumi delle Marche non sono grandi fiumi, a causa dell'orografia e soprattutto della brevità dello spazio che separa la dorsale appenninica dal mare. In corrispondenza delle Marche infatti l'Appennino forma una curvatura, spingendosi molto verso l'Adriatico e distanziandosi dal Tirreno. Tuttavia il fiume principale delle Marche, il Metauro, scorre proprio in provincia di Pesaro e Urbino. Nell'area di interesse i paesaggi fluviali veri e propri sono attribuibili alle quattro vallate principali: Metauro e affluenti, Marecchia, Foglia e Conca. Trattandosi di fiumi di dimensioni relativamente modeste, in questa sede vengono presi in considerazione principalmente i primi due, dove le caratteristiche fluviali sono più rappresentative.

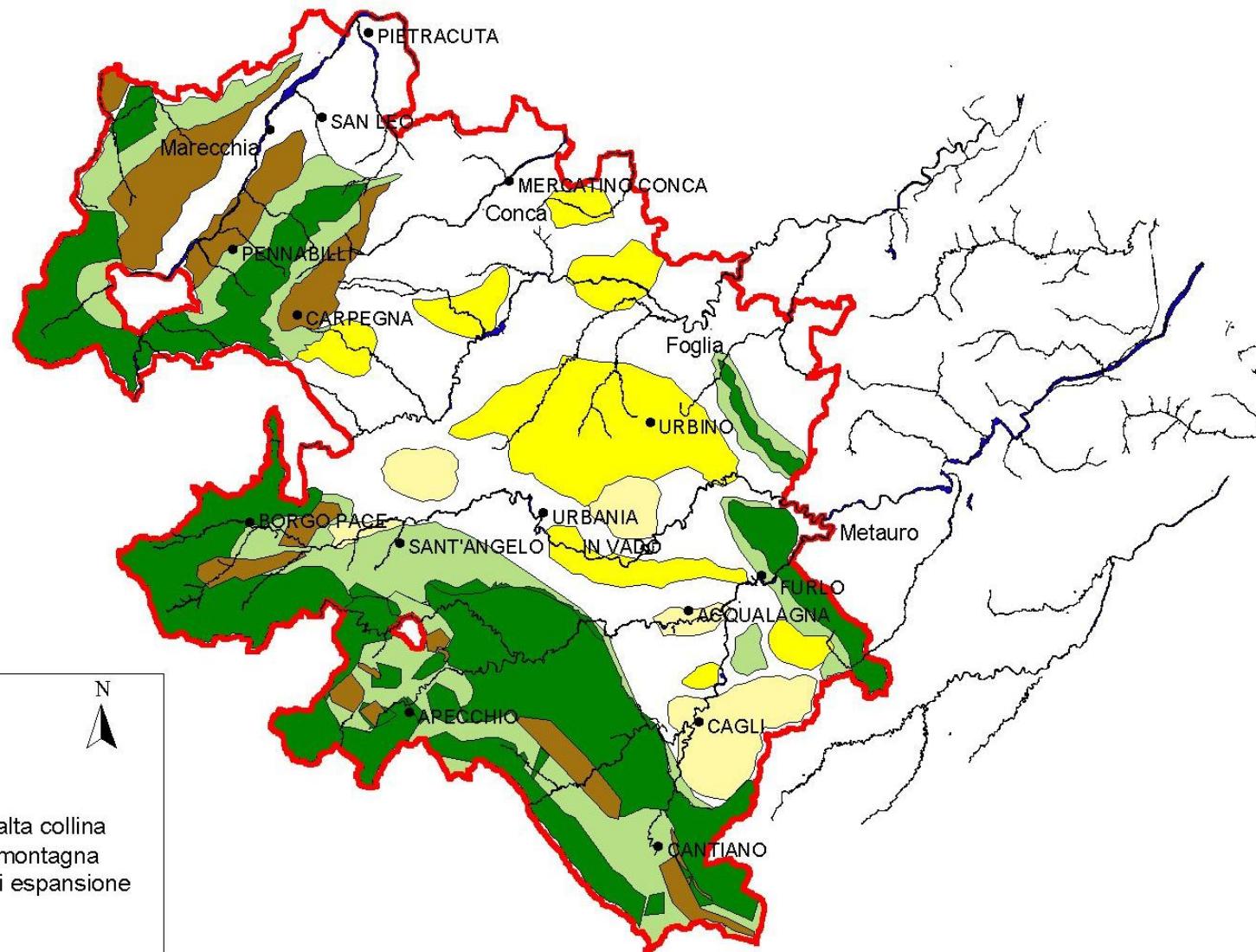
Metauro/ Candigliano: si tratta del più grande bacino idrografico della regione, e nella parte montana è costituito da un vastissimo e capillare reticolo di corsi minori, che drenano buona parte del settore appenninico. Il Metauro comunque non può essere considerato come entità separata dal suo maggiore affluente, il Candigliano, che supera il primo in portata media e che rivela l'esistenza di morfologie del tutto particolari.

Marecchia: è un bacino davvero singolare. L'alveo si presenta amplissimo e invaso dalle ghiaie per l'intera lunghezza del fiume. Parte da un Appennino molto basso ed è quindi una linea di migrazione per le specie che devono attraversare la dorsale appenninica molto importante decretata dall'Istituto Nazionale per la Fauna Selvatica con Prot. n. 3589/T-A60 del 15.7.94.

Foglia: è la vallata più degradata, con gran parte del fondo valle invasa dalle infrastrutture quali aree artigianali, industriali, ecc. Tuttavia, la diga artificiale di Mercatale ha determinato degli ambienti umidi degni di interesse soprattutto per l'avifauna acquatica.

Conca: attraversa l'area di interesse per un breve tratto, prevalentemente montano; tuttavia, nell'area di Montecerignone presenta ambienti autenticamente fluviali e torrentizi, anche se poco estesi.

Tavola degli Ambiti di Intervento



1.1.5 IL SISTEMA STORICO CULTURALE

IL PATRIMONIO CULTURALE

Tale capitolo merita un particolare approfondimento, poiché proprio il sistema dei beni storico-culturali-ambientali può candidarsi ad essere uno dei pilastri dello sviluppo territoriale.

Nel Montefeltro, l'integrazione del patrimonio storico-monumentale nel paesaggio dà vita ad un "valore diffuso" che caratterizza l'intero territorio. Il tessuto culturale non è tanto il singolo museo o il monumento o il centro storico, ma una "trama" diffusa che connette la città al territorio, gli spazi naturali a quelli urbanizzati.

Il territorio del GAL Montefeltro racchiude, infatti, un cospicuo patrimonio di beni culturali ed ambientali, da alcuni definiti "diffuso", tale da poter configurare l'area come "grande parco culturale". La gestione di tale patrimonio risulta essere una delle problematiche più consistenti dell'area, l'obiettivo è quello di dar forma ad un sistema, esteso a tutto il GAL, che risponda ad una precisa nozione di cultura, per la quale, non la mera somma, ma l'insieme correlato di tutte le risorse culturali esprima compiutamente l'identità storica e artistica del territorio e permetta di esercitare un'opera di salvaguardia preventiva e di ampia valorizzazione sociale, culturale e turistica dei beni diffusi nel paesaggio e la loro integrazione con le attività culturali intese in senso generale.

IL SISTEMA MUSEALE NEL MONTEFELTRO

Il patrimonio culturale del Montefeltro si inserisce nel più ampio ed articolato sistema museale delle Marche. Il numero dei musei e delle raccolte esistenti nel territorio è superiore a 50 (circa un museo ogni 1745 abitanti) e ben il 64% dei Comuni del territorio risulta interessato dalla presenza di almeno un museo (allegato 11).

Sebbene vi sia una non trascurabile presenza di musei, diffusi su tutto il territorio, circa il 24% di questi è concentrato nella città di Urbino, centro di particolare interesse culturale e turistico. Tra i numerosi musei di questa città, la Galleria delle Marche rientra tra i 37 musei nazionali che il Touring Club classifica di maggiore interesse turistico

Tabella 16 - I musei italiani più visitati nel 2002

MUSEI	Var. % anni 2002/2001
Pinacoteca Carrara, Bergamo	177,8
Musei del Castello, Milano	40,4
Galleria delle Marche, Urbino	15
Museo Archeologico, Agrigento	13,5

Fonte: Inchiesta Centro Studi TCI, 2003

L'area del Montefeltro dimostra di essere in fase dinamica di sviluppo di politiche avanzate nella gestione dei beni del proprio patrimonio culturale in linea sia con le indicazioni provenienti dallo stesso Ministero per i Beni e le Attività Culturali sia con la programmazione regionale e provinciale.

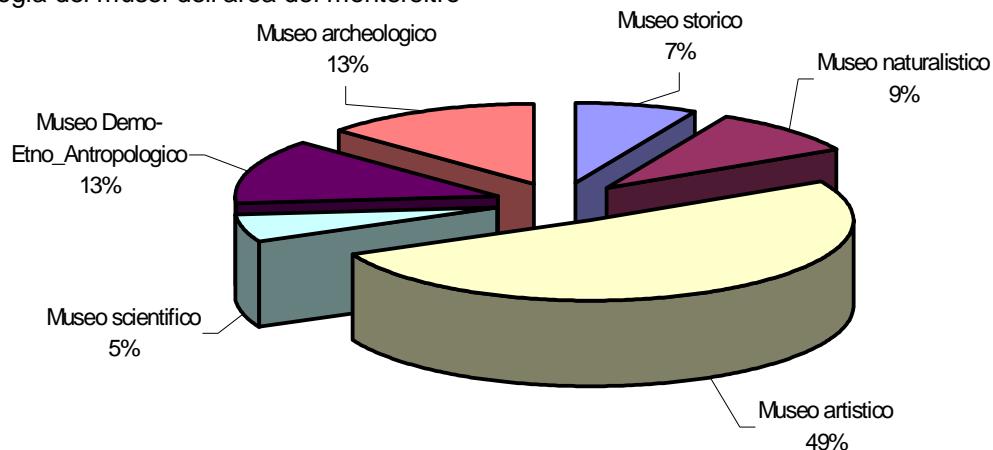
Le informazioni relative alla data di apertura o di ristrutturazione di spazi museali indicano che solo il 55% delle strutture esistenti risale ad un periodo antecedente al 1995, e che ben il 26% è stato aperto o rinnovato dal 1995 in poi; per il restante 19% non ci sono informazioni.

La maggior parte dei musei del Montefeltro, in linea con il dato nazionale e regionale, è di proprietà pubblica, in particolare comunale. La gestione rimane quindi prevalentemente nelle mani dei Comuni, sebbene risultino numerosi i musei attualmente concessi in gestione a Proloco o cooperative locali.

Esaminando la tipologia degli istituti museali emerge che, in linea con il dato nazionale e regionale, nell'area del Montefeltro la percentuale più rilevante è quella rappresentata dai musei di arte. Essi sono distribuiti in modo diffuso su quasi tutto il territorio, sebbene si registri una maggiore concentrazione nella città di Urbino che ne ospita circa 1/3.

Significativa, anche se notevolmente inferiore, la presenza dei musei demo-ethno-antropologici presenti principalmente nei piccoli centri urbani, che hanno prodotto collezioni volte a rappresentare in modo eterogeneo e versatile la storia sociale, economica, religiosa del territorio locale. Non trascurabile è anche la presenza dei musei archeologici distribuiti in prevalenza lungo il percorso delle principali reti viarie del passato.

Grafico 1 - Tipologia dei musei dell'area del montefeltro



Con riferimento alle modalità di apertura, la quota dei musei aperti su richiesta risulta particolarmente elevata (1 su 5). Il dato riflette, al di là delle considerazioni legate alle dimensioni spesso molto limitate dei musei, la mancanza di una gestione strutturata di tali beni che ne permetta una fruizione piena. Altrettanto significativa è la percentuale di musei con ingresso gratuito (oltre il 30%) che comporta, come già sottolineato, un basso grado di attendibilità nella stima della domanda ed una debole valorizzazione economica del patrimonio museale. Altro dato significativo è il costo estremamente contenuto (massimo 4 euro), se confrontato con i normali prezzi praticati, del biglietto d'ingresso delle strutture museali.

Un aspetto che emerge dall'analisi della gestione delle strutture museali di competenza dei comuni è che, nella maggior parte dei casi, avviene in economia e dunque con una modalità che non prevede la creazione di una struttura di gestione specifica e dunque più pronta a sviluppare politiche autonome ed innovative o il coinvolgimento di privati.

Un ulteriore elemento di fragilità delle strutture museali dell'area è legato al personale impiegato, non adeguato né per quantità, né per tipologia. Ciò riflette, la scarsità delle risorse umane disponibili per il funzionamento e la gestione specialistica degli istituti museali, con una conseguente contrazione delle politiche culturali e scientifiche, delle politiche di promozione e di valorizzazione, degli orari di apertura.

Anche in conseguenza di quanto appena detto, si evidenzia una debolezza del sistema museale del Montefeltro rappresentata dalla scarsa offerta di servizi aggiuntivi. Sebbene oltre la metà dei musei offra un servizio di visite guidate, sono ancora pochi quelli in grado di rispondere adeguatamente ad una domanda più articolata ed esigente, attraverso l'organizzazione di attività didattiche, la costituzione di una biblioteca, la presenza di esercizi commerciali.

Relativamente al flusso di visitatori, nel 2002 i musei del Montefeltro hanno registrato, in media, un numero di visitatori pari a 2372 unità, numero che scende significativamente (1708 unità) se si sottrae il dato relativo ai musei di Urbino, che rappresenta per quest'ambito ancora la metà

prescelta da turisti nazionali ed internazionali, insieme alla Fortezza di San Leo, che a sua volta attrae flussi consistenti di visitatori.

Questo dato mette in evidenza ancora una volta la peculiarità del patrimonio culturale del Montefeltro caratterizzato da un lato dalla presenza di alcune realtà forti come Urbino e in maniera minore San Leo che rappresentano dei poli di attrazione primaria, dall'altro dalla significativa presenza di elementi del patrimonio, di tipo minore, fortemente diffusi sul territorio.

Pertanto riuscire a far dialogare queste realtà, così diverse, all'interno di un unico Sistema Culturale, in grado a sua volta di rapportarsi ed integrarsi pienamente con le altre politiche di sviluppo in atto, rappresenta l'obiettivo primario.

A conclusione di questa analisi sul sistema museale dell'area si può affermare che complessivamente, nonostante la presenza di un patrimonio museale significativo e variegato e gli sforzi compiuti per garantirne il recupero e la valorizzazione, le risorse messe in campo risultano ad oggi ancora parziali e non ancora sufficienti a garantire il pieno sfruttamento del potenziale turistico dell'area.

L'ORGANIZZAZIONE MUSEALE IN RETE

Il patrimonio museale del Montefeltro non presenta una gestione integrata, ciononostante varie iniziative sono state promosse al fine di garantire sia una stabile opera di salvaguardia ed una migliore valorizzazione dei musei locali, sia la loro progressiva messa in rete. Le reti permettono infatti di dar vita a progetti più qualificati, come mostre internazionali, inaccessibili alle singole unità, di accedere a maggiori finanziamenti, di migliorare l'immagine e il prestigio dei singoli musei partecipanti, di proporsi effettivamente come soggetti attivi nella vita culturale di un territorio, ma anche e soprattutto di potenziare, attraverso il legame materiale ed immateriale fra le diverse strutture culturali del territorio, la capacità di informazione e quindi la possibilità di aumentare la permanenza media dei turisti italiani e soprattutto stranieri.

Attualmente sono in funzione sette reti, che vedono coinvolti numerosi comuni dell'area in collaborazione con comunità montane e provincia. Vengono sotto riportate le date di creazione ed i relativi nomi delle reti per ognuna delle quali è riportata una scheda nell' allegato 14:

10-10-1998 Rete Musei Partecipati

06-10-2000 SPAC Sistema provinciale d'arte contemporanea

14-01-2002 Archeoprovincia

06-06-2003 Rete Montefeltro Musei: castelli, borghi e mulini

28-06-2004 Rete museale della Valmarecchia

05-07-2004 Rete "Museo del Metauro: arte e storia. Tradizioni e innovazioni"

12-10-2004 Musei in rete/Valle del Metauro

Nel Montefeltro si hanno poco più di 10 musei ogni 20.000 abitanti, dato che pone l'area, come valore assoluto, al di sopra di tutte le province.

Se esaminiamo la composizione delle tipologie dei musei notiamo che il Montefeltro ha circa il 49% di musei artistici, i musei archeologici risultano essere circa il 13%, la dotazione di musei demo-etno antropologici raggiungono il 13%. Il Montefeltro ha inoltre 4 musei storici, pari al 7% della sua dotazione.

Nel complesso il Montefeltro conferma di avere una dotazione museale completa e eterogenea nella tipologia di strutture vantando una ottima capacità di copertura di tutti gli aspetti e gli interessi dei potenziali visitatori. Il dato riguardante la diffusione territoriale conferma l'importanza relativa della dotazione museale del Montefeltro che "copre" circa il 20% del patrimonio regionale.

Tabella 17 Strutture museali del Montefeltro

Tipologia di museo	Montefeltro	
	Numero	%
Museo storico	4	7%
Museo naturalistico	5	9%
Museo artistico	27	49%
Museo scientifico	3	5%
Museo Demo-Etno-Antropologico	7	13%
Museo archeologico	7	13%
altro	2	4%
Totale	55	100%

I musei del Montefeltro sono dotati nel 30% dei casi di bookshop, risultato di assoluto rilievo. Mentre, per ciò che riguarda le caffetterie, il livello riscontrato con i dati a disposizione, non esaustivi, è sicuramente insoddisfacente toccando appena il 2% delle realtà museali.

GLI EDIFICI STORICI

Si sono considerati una sessantina di immobili di rilevanza storica e culturale (allegato 15). Sono inoltre presenti rocche e torri con funzioni difensive. Tra cui spiccano le strutture fortificate militari di Francesco di Giorgio Martini, vero e proprio sistema difensivo territoriale, oggi oggetto di particolare interesse per la candidatura a patrimonio mondiale dell'UNESCO.

Fra gli edifici storici sono fortemente prevalenti i Palazzi nobiliari (60%), seguiti dai castelli (15%), dalle torri (11%) e dalle rocche (5%).

Tabella 18 Epoche di costruzione degli edifici storici individuati

Tipologia di bene	Secolo di costruzione			
	V - VIII	IX - XIII	XIV - XVI	XVII - XIX
Palazzi		2	23	9
Castelli	2	4	2	1
Torri		3	3	1
Rocche		1	4	
Altro				1

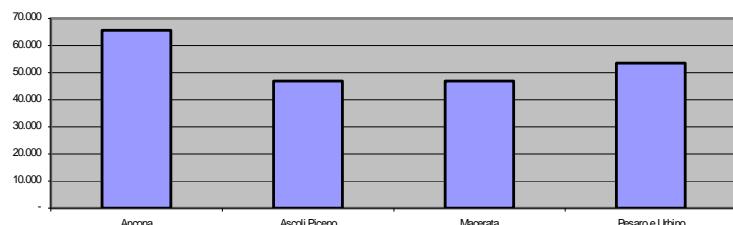
Da un punto di vista "turistico", di accessibilità alla visita culturale, notiamo che la maggior parte degli edifici è utilizzata quale sede di Enti ed istituzioni pubbliche e opere legate alla Chiesa, spesso non visitabili ordinariamente, ma raramente, in occasioni particolari o su prenotazione. In alcuni casi l'uso odierno stravolge la destinazione e le funzioni per cui la costruzione fu edificata e questo cambiamento può aver comportato notevoli interventi architettonici. Troviamo inoltre Palazzi ancora ad uso abitativo delle famiglie discendenti dai proprietari originari che non hanno organizzato percorsi di visita, ma mantenuto in forma strettamente privata il godimento del sito. Infine, alcune strutture hanno trovato quale loro nuova funzione l'essere sede della Biblioteca Comunale riuscendo anche a rendere visitabile l'edificio, anche se non in modo tradizionale e mantenendolo integro.

I TEATRI

La regione Marche, nel suo complesso, vanta una particolare ricchezza di teatri. Le testimonianze più remote di spazi per gli spettacoli risalgono all'antica Roma e molti dei complessi edilizi destinati allo scopo sono giunti fino ai nostri giorni. La diffusione capillare nel territorio dei teatri coincide con il consolidamento dell'economia marchigiana nei secoli XVIII e XIX, connessa alla forte strutturazione in ambito sociale e culturale dei centri urbani. In particolare, dalla seconda metà del 1700 e per tutto il 1800, ogni Comune delle Marche iniziò a programmare la costruzione di un proprio edificio teatrale. Attualmente il patrimonio architettonico e culturale della Regione è costituito da ben 73 teatri storici.

Secondo l'indagine Istat del 2001, sulle attività culturali degli italiani, Ancona è la provincia che presenta il maggior numero di rappresentazioni teatrali per abitante (una ogni 258 persone circa), nonché il più alto numero di biglietti venduti, a testimonianza di un vivace interesse per le attività in oggetto. La provincia di Pesaro e Urbino risulta invece fanalino di coda, registrando il numero più basso di spettacoli realizzati in proporzione alla popolazione (uno ogni 174). Il dato non denuncia tuttavia un disinteresse per questo tipo di attività visto che il numero di biglietti venduti è il più alto nella Regione dopo quello della provincia di Ancona.

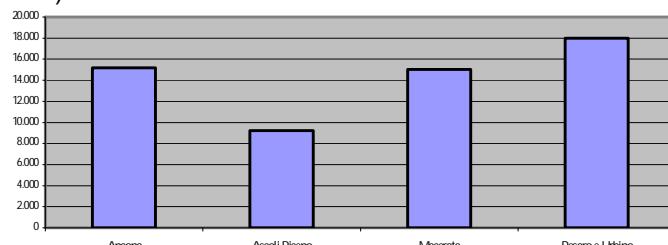
Grafico 2 - Biglietti venduti per rappresentazioni teatrali e musicali (per 100.000 abitanti)



Fonte: Istat, statistiche culturali, 2001

Anche il dato relativo alla spesa del pubblico per questo tipo di manifestazioni sottolinea l'interesse, nonché il non trascurabile potenziale di spesa, della provincia di Pesaro-Urbino che, nonostante sia quella con la minore offerta di rappresentazioni, è la prima tra le province delle Marche in termini di risorse finanziarie destinate al settore.

Grafico 3 Spesa per abitante (in lire)

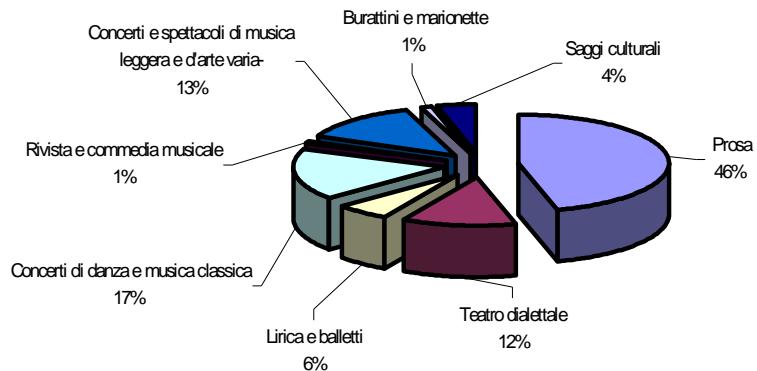


Fonte: Istat, statistiche culturali, 2001

Relativamente alla presenza di strutture, la provincia di Pesaro-Urbino ha distribuiti nel territorio 18 teatri (pari a circa 1/4 del totale regionale), con una potenzialità di 3.743 posti su 340.071 abitanti.

Oltre il 40% delle rappresentazioni teatrali messe in scena nella provincia è costituito da spettacoli di prosa, in linea con la tendenza registrata per le altre province marchigiane. Significativa è anche l'offerta di spettacoli di danza e musica classica, che assieme a quelli di musica leggera coprono il 30% dell'offerta totale. Da sottolineare anche il dato relativo alle rappresentazioni dialettali, che costituiscono una quota non irrilevante dei calendari teatrali.

Grafico 4 Rappresentazioni teatrali e musicali per tipo di spettacolo: Provincia di Pesaro e Urbino (per 100.000 abitanti)



L'area del Montefeltro possiede una parte significativa del patrimonio teatrale della Provincia: ben 12 teatri su 18, di cui 10 sono teatri storici (allegato 16).

Si tratta di teatri per la quasi totalità di proprietà comunale, di cui molti sono stati costruiti su edifici o resti di edifici preesistenti.

LE RETI DI TEATRI

Il sistema Teatro Stabile in Rete (TSR), che dal 5 maggio 2003 si è fuso con il Teatro Stabile delle Marche – Fondazione “Le Città del Teatro”, è un organismo che collega dodici teatri con Cagli nelle vesti di comune capofila - Assessorato Beni e Attività Culturali - Editoria, con la Regione Marche, con l'Ente Teatrale Italiano e riconosciuto dalla Commissione del Dipartimento dello Spettacolo del Ministero Beni e Attività Culturali.

I teatri che partecipano alla rete condividono attività di promozione e di programmazione ed hanno realizzato congiuntamente un sito web con informazioni e possibilità di prenotazione dei biglietti. La rete produce anche autonomamente alcuni spettacoli.

Nel territorio del GAL Montefeltro partecipano alla rete TSR la maggior parte dei teatri storici:

- Cagli Teatro Comunale
- Macerata Feltria Teatro Battelli
- Novafeltria Teatro Sociale
- Pennabilli Teatro della Vittoria
- Urbania Teatro Bramante

Esiste inoltre la Rete dei Teatri del Montefeltro, promossa dalle Comunità Montane Alta Valmarecchia di Novafeltria (che ne cura il coordinamento) e Montefeltro di Carpegna, insieme ai Comuni di Novafeltria, Pennabilli, Sant'Agata Feltria, Macerata Feltria e Sassocorvaro. Questo sistema, che convive e in larga misura si sovrappone al precedente, è finalizzato alla valorizzazione e promozione unitaria dei teatri storici del Montefeltro. Questa iniziativa è stata finanziata con il contributo della Provincia di Pesaro e Urbino, grazie alla Legge Regionale 29 dicembre 1997, n.75

LE CHIESE E I LUOGHI DI CULTO Il territorio del GAL Montefeltro, che in passato è stato attraversato da ingenti flussi di pellegrini diretti ai luoghi santi, vanta una diffusa presenza di edifici sacri, diversificati per tipologia ed epoca storica (allegato 17).

Tipiche della storia religiosa del territorio del Montefeltro sono le Pievi. Fonti del IX-XI secolo testimoniano la presenza di pievi e di abbazie, centri di vita sociale e pubblica oltreché religiosa, attorno alle quali si svolgevano anche attività lavorative e commerciali. Esaminando la dislocazione delle pievi montefeltrane si può desumere che la cristianizzazione primaria del

territorio abbia seguito i percorsi delle principali strade romane. Successivamente, dopo la caduta dell'Impero romano, le pievi e i conventi diventano i capisaldi di una diversa organizzazione del territorio, in cui le comunità locali del Basso Medioevo assumono una nuova identità sociale e culturale.

Questa strutturazione del territorio è evidente nelle vallate principali del Montefeltro, dove sussistono pievi su siti di epoca romana. Dalla via Flaminia saliva verso l'Appennino, sulla sponda sinistra del fiume Foglia, la strada lungo la quale sorgono alcune delle pievi montefeltrane, tutte edificate in quelli che erano centri abitati esistenti almeno dall'epoca romana. Tra queste, la pieve di S. Cassiano di Macerata Feltria e la pieve di S. Lorenzo in Belforte.

Ma l'area del Montefeltro è anche ricca di abbazie benedettine che hanno avuto una significativa importanza. Il lungo periodo di incertezza amministrativa e la lontananza dal centro del potere papale favorirono infatti nella regione la diffusione, a partire dall'VIII-IX secolo, del monachesimo benedettino dai centri di Norcia e di Farfa. I monasteri e le abbazie sorsero soprattutto lungo le principali vie di comunicazione romane – la via Flaminia e la via Salaria – e lungo le valli fluviali che dall'Adriatico risalgono verso l'Appennino. I benedettini lasciarono la loro impronta nelle chiese basilicali di S. Michele a Lamoli nell'alta valle del Metauro e di S. Vincenzo al Furlo lungo la via Flaminia.

Si trattava di veri e propri feudi che riconoscevano come unica autorità quella papale e più raramente quella imperiale. L'abbazia significò l'assoggettamento di un'area territoriale alla giurisdizione dell'abate. I monaci benedettini, che avevano percorso dapprima le principali vie di comunicazione, si espansero poi su tutto il territorio, dove le badie con i castelli a loro assoggettati, svolgeranno un ruolo decisamente importante sotto il profilo economico e culturale. L'attuale patrimonio di edifici religiosi e luoghi di culto presenti nel territorio del Montefeltro è composto da chiese e conventi, monasteri ed eremi, tra cui si trovano veri gioielli di architettura. Ben oltre 500 sono le chiese disseminate sul territorio (in media oltre 14 per ogni comune, una ogni 180 abitanti), alle quali si aggiungono abbazie, cattedrali, eremi e monasteri.

Tabella 19 Edifici religiosi e luoghi di culto presenti nel Montefeltro

Località	Chiese		Santuari	Abbazie/monasteri	
		Di cui con presenza di opere artistiche			Di cui con presenza di opere artistiche
Acqualagna	19	2	2	2	1
Apecchio	23	1		3	
Auditorè	3	1			
Belforte all'Isauro	4	2			
Borgo pace	15	3		1	1
Cagli	78	6	2	2	
Cantiano	19	3			
Carpegna	7	4		1	
Casteldieci	5				
Fermignano	18	2			
Frontino	2	1		2	1
Lunano	5	1		1	
Macerata Feltria	13	2		1	
Maiolo	4				
Mercatello sul Metauro	22	4		4	
Mercatino Conca	3				
Monte Cerignone	5	2		1	
Montecalvo in Foglia	5				
Montecopio	5			1	
Montegrimano	5	1		1	
Novafeltria	15	1		1	
Peglio	5				
Pennabilli	8	1		2	
Petriano	3	1			
Piandimeleto	8	1		1	
Pietrarubbia	4	1		1	1
Piobbico	20	3		4	1
San Leo	12	3		3	1
Sant'Agata Feltria	8	1		1	
Sant'Angelo in Vado	37	11		2	
Sassocorvaro	8	2		1	
Sassofeltrio	1			1	
Talamello	6	1		1	1
Tavoletto	4				
Urbania	45	14		7	1
Urbino	95	11		16	2

Buona parte degli edifici di culto presenti sono di fatto fatiscenti o ricostruiti in tempi recenti ed hanno così perduto buona parte delle caratteristiche storiche e delle opere di cui erano ricchi. Molti degli edifici considerati nell'analisi sono tuttora sede di amministrazioni della Chiesa o utilizzate per funzioni di servizio.

Il numero di chiese e di altri edifici è elevato e, anche escludendo la città di Urbino, restano molti centri con siti di interesse artistico e storico, ma di fatto il numero di chiese e abbazie realmente fruibili si riduce a meno del 35% del totale e di queste solo 75, all'incirca, presenta almeno un elemento-opera artistica di rilevanza ed importanza elevata.

Alcuni edifici sono stati sconsacrati e sono divenuti nel tempo di proprietà comunale, ma quasi sempre senza il necessario avvio di politiche e operazioni di recupero e valorizzazione specifiche.

Le chiese indicate sono ricche di dipinti di artisti legati alla scuola di Raffello o alla scuola marchigiana; minori nel numero, ma altrettanto importanti, i siti che presentano un'architettura opera di maestri del tempo, come Francesco di Giorgio Martini. Le epoche a cui risalgono la gran parte degli edifici e delle opere in essi contenute è identificabile con il periodo romanico e tardo romanico e con il periodo che va dal XIV al XVI secolo dove, come per molta parte del patrimonio culturale del Montefeltro, la presenza di grandi casate e dello Stato Pontificio, insieme all'alternanza nelle posizioni di potere, specie nei piccoli borghi, ha prodotto importantissime opere e artisti unici.

LE AREE ED I SITI ARCHEOLOGICI

Gli innumerevoli reperti archeologici venuti alla luce nell'area del Montefeltro (allegato 18) appartengono principalmente a tre periodi storici: preistorico, età del ferro, epoca romana. Il maggior numero di reperti appartiene tuttavia a quest'ultima epoca. Gli elementi di maggior rilievo si trovano lungo la strada consolare Flaminia. La strada, risalente al 220 a.C., inaugurata e dedicata a Gaio Flaminio, costituiva un collegamento fondamentale tra Roma e l'Italia settentrionale. Lungo il suo tracciato si trovano numerosi esempi dell'ingegneria dei romani, ancor oggi perfettamente conservati: *Ponte Grosso* a Cantiano, *Ponte Mallio* a Cagli, *Ponte "Romano"* a Fermignano, la *Galleria del Furlo* ad Acqualagna.

Anche gli scavi archeologici di maggiore rilevanza si ritrovano in gran parte lungo l'antico tracciato della strada Flaminia: quelli di Pian di Valeria nel territorio di Acqualagna, il Castrum Iamularum (Borgo Pace), Pitinum pisauense (Macerata Feltria), Tifernum metaurense (Angelo in Vado).

La maggior parte dei siti archeologici che si trovano nel Montefeltro aderisce alla rete *Archeoprovincia*.

Tabella 20 Le aree archeologiche del Montefeltro presenti nel sistema Archeoprovincia

COMUNE	BENE ARCHEOLOGICO
Acqualagna	Museo Archeologico Antiquarium Pitinum Mergens
Acqualagna	Furlo - Insediamenti antichi e strutture della Via Flaminia
Acqualagna	Abbazia di San Vincenzo
Cagli	Museo Archeologico e della Via Flaminia
Cagli	Ponte Mallio
Cagli	Ponte Taverna
Cantiano	Raccolta Comunale G. C. Corsi
Cantiano	Strutture della Via Flaminia
Casteldelci	Casa-museo di Casteldelci
Fermignano	Furlo- Insediamenti antichi e strutture della Via Flaminia
Macerata Feltria	Museo Civico Archeologico e Paleontologico
Macerata Feltria	Area Archeologica di Pitinum Pisaurensse
Pietrarubbia	La fucina
Sant'Angelo in Vado	Museo Civico di Sant'Angelo in Vado
Sant'Angelo in Vado	Area Archeologica Tifernum Mataurense
Urbino	Museo Archeologico Lapidario

1.1.6 IL TURISMO

IL TURISMO NELL'AREA: DOMANDA E OFFERTA

L'analisi del turismo evidenzierà il tipo di turismo praticato nell'area e le principali azioni promozionali che il territorio ha prodotto. Inoltre si analizzeranno i dati sulla ricettività e i dati sugli arrivi e presenze nei comuni oggetto di approfondimento. E' chiaro lo stretto legame esistente tra il patrimonio culturale e ambientale di un'area, e la sua valorizzazione, con la capacità di attrazione di un turismo di qualità che sappia apprezzare e per ciò stesso alimentare economicamente il Sistema. Sistema che va ricercato e creato proprio per far funzionare il rapporto visitatori-beni culturali/ambientali senza stravolgere i secondi e "sfruttando" i primi per attuare le necessarie e tradizionali politiche di tutela conservazione e recupero oltre che di mera valorizzazione dei siti e del patrimonio in generale.

Come è noto, e come l'analisi specifica del patrimonio culturale ha evidenziato, l'area del Montefeltro è fortemente caratterizzata da numerosi siti di rilevanza architettonica e storico-culturale, ben integrati con un'identità legata ad una un'elevata qualità ambientale e paesaggistica del territorio. L'ambiente e il patrimonio sono a loro volta molto legati alla vita sociale della popolazione e all'attività artigianale tradizionale che riveste ancora un importante ruolo economico e sociale. Queste caratteristiche strettamente interconnesse formano una ricchezza diffusa del territorio, gli conferiscono un valore assoluto e una notorietà che lo contraddistingue come un vero e proprio giacimento da valorizzare e da diffondere, ma anche da tutelare, in funzione di uno sviluppo sostenibile dove le caratteristiche urbanistiche, ambientali e territoriali vanno preservate e trasferite al futuro in forma intatta e protetta.

Il patrimonio è arricchito da numerosi appuntamenti e momenti di aggregazione che sviluppano un intenso flusso turistico di alta qualità e, di riflesso, un turismo di ritorno dalla riviera adriatica adiacente. Troviamo infatti un'offerta continua di mostre, concerti, rassegne teatrali, ed altri eventi che arricchiscono il panorama culturale dell'area. Sono ancora scarsi gli appuntamenti in periodi meno affollati, dove si trova un turismo di qualità più attento alle ricchezze culturali, e che permette la destagionalizzazione e l'arricchimento attraverso la stabilità necessaria per delineare programmi di valorizzazione duraturi.

I dati ci confermano che oltre il 70% del turismo in entrata nel Montefeltro è concentrato nel periodo estivo, e di questo una parte proviene anche da zone limitrofe sviluppando un turismo escursionistico di tipo sostanzialmente giornaliero, sottolineando anche un trend di arrivi e presenze che mostra un cambiamento di rotta dei flussi, i quali, pur mantenendo un buon livello di presenze, hanno visto crescere gli arrivi in misura maggiore, in termini percentuali. Questo

significa che in questi ultimi anni il turista si ferma meno nelle località del Montefeltro, contribuendo in misura inferiore al sistema economico, e resta di passaggio, seguendo un trend comune a moltissime località.

Un punto di forza della zona del Montefeltro sono le numerose attività artigianali che alimentano le produzioni tipiche locali rappresentando già attualmente un fattore di successo e costituendo una risorsa produttiva non solo da tutelare, in quanto testimonianza di un settore che sopravvive con difficoltà su un mercato nazionale fortemente concorrenziale, ma anche da valorizzare dal punto di vista della qualità e dell'immagine e da consolidare sul mercato.

L'area del GAL Montefeltro presenta inoltre una grande quantità di terme, sorgenti di acque sulfuree, sorgenti di acque minerali e stazioni climatiche capaci di rispondere, se opportunamente valorizzate e promosse, alle esigenze di una utenza alla ricerca di relax, benessere e salute.

La valorizzazione del patrimonio artistico e storico del Montefeltro ha prodotto negli ultimi anni un trend di visitatori in continua crescita, dimostrando di poter offrire notevoli opportunità per lo sviluppo dell'area, senza contare i ritorni in ordine ai flussi che sono e potrebbero essere attratti da un miglior sistema di gestione e promozione dei siti attraverso sistemi già improntati e che non mancheranno di dare i loro frutti.

Un ulteriore aspetto è la potenzialità della domanda turistica e di visitabilità del patrimonio culturale dell'area, proveniente dalla Riviera Adriatica sia della Regione Marche che dell'Emilia Romagna. Il turismo di "mare" in tutte le località sta raggiungendo un grado di maturazione e di qualità per cui a fianco alle giornate di puro mare si abbinano sempre più spesso percorsi culturali di una o due giornate e che potrebbero vedere naturali sbocchi nel Sistema del Montefeltro con un'adeguata strategia che combini valorizzazione e richiamo unendo la forza propria dei siti culturali con servizi in grado di attrarre nuovi turisti.

L'analisi comparativa tra i punti di forza e debolezza e al tempo stesso delle opportunità e dei vincoli del sistema, porta alla conclusione che molte risorse naturalmente esistenti nell'area non sono state adeguatamente sfruttate ed oggi diventano opportunità di sviluppo dell'attrattività turistica a cominciare dal patrimonio, fatto sia di opere d'arte che di testimonianze ed edifici storici.

A partire da un'analisi di questo tipo, il Montefeltro si è dotato, ed oggi sempre di più le politiche degli Enti Locali lo dimostrano, di strumenti strategico-programmatici ed operativi volti a creare un'immagine dell'area adeguata alle potenzialità inespresse e basata spesso su solidarietà sociali locali con l'obiettivo di affrontare al meglio le sfide derivanti dalle tendenze socio-economiche esterne, utilizzando anche Piani di Sviluppo coordinati fra tutta le Comunità Montane.

In sintesi si deve notare come il prodotto "Montefeltro" evidenzia un trend di incremento dei flussi, sia in termini di arrivi che di presenze e possiamo affermare che, dal punto di vista turistico, attraversando una fase particolarmente stimolante e ricca di potenzialità e anche dal punto di vista ricettivo è ormai evidente la nascita di quello che è stato definito "albergo diffuso" con l'auspicato recupero di strutture rurali in Country house, Agriturismi, B&B.

La risorsa turismo, quindi, si esprime in maniera evidente quale elemento strategico per la valorizzazione del patrimonio ambientale: per la promozione di prodotti tipici e di qualità, per il potenziamento delle risorse naturali e storico-culturali, come capace di generare un effetto indotto, sugli altri settori produttivi, da quello agricolo, a quello dell'artigianato e dell'industria con positive ripercussioni dal punto di vista economico ed occupazionale in senso stretto.

FLUSSI TURISTICI

Riportiamo i dati relativi ai flussi turistici nel territorio del Montefeltro, per il periodo 1998-2007. I dati utilizzati sono quelli del Servizio Turismo della Regione Marche (Osservatorio regionale sul Turismo).

I dati mostrano chiaramente che negli ultimi anni è aumentato il valore totale del numero di arrivi nell'area con un trend soddisfacente

Tabella 21 Andamento arrivi turistici nel Montefeltro dal 1998 al 2007

ANNO	ARRIVI	Variazione numerica	Variazione %
1998	151.998		
1999	158.913	6.915	4,35
2000	161.441	2.528	1,57
2001	180.308	18.867	10,46
2002	181.928	1.620	0,89
2003	179.198	-2.730	-1,52
2004	184.208	5.010	2,72
2005	181.872	-2.336	-1,28
2006	185.789	3.917	2,11
2007	193.361	7.572	3,92

Fonte: nostra elaborazione su dati osservatorio turistico Regione Marche

Grafico 5 Variazione numerica degli arrivi turistici dal 1996 al 2006

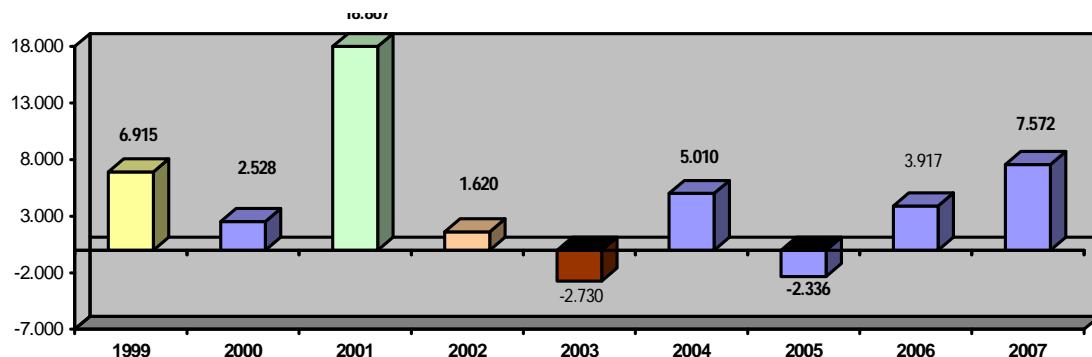
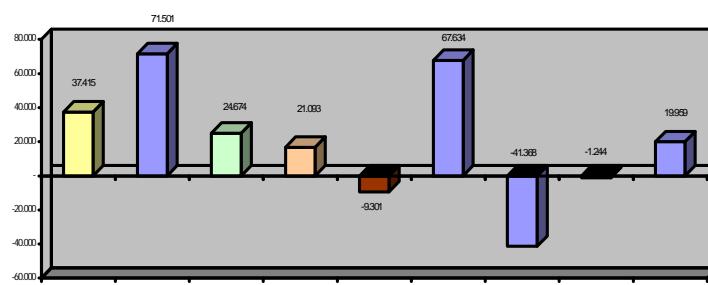


Tabella 22 Andamento presenze turistiche nel Montefeltro dal 1998 al 2007

ANNO	PRESENZE	Variazione numerica	Variazione %
1998	1.406.845		
1999	1.444.260	37.415	2,59
2000	1.515.761	71.501	4,72
2001	1.540.758	24.997	1,62
2002	1.557.398	16.640	1,07
2003	1.548.097	-9.301	-0,60
2004	1.615.731	67.634	4,19
2005	1.574.363	-41.368	-2,63
2006	1.573.119	-1.244	-0,08
2007	1.593.078	19.959	1,25

Fonte: nostra elaborazione su dati osservatorio turistico Regione Marche

Grafico 6 Variazione numerica delle presenze turistiche dal 1996 al 2001



Fonte: Servizio Turismo Regione Marche – Osservatorio Turismo

Per quanto riguarda la composizione dei flussi turistici nel 2006, gli italiani costituiscono circa l'85% degli arrivi totali, mentre gli stranieri costituiscono circa il 15% del totale e, anche per quanto riguarda le presenze, il peso del turismo nazionale resta a circa il 86% , mentre gli stranieri pesano solamente per il 14%. In questo caso, con la dovuta cautela ed il conforto della distribuzione mensile dei flussi, si potrebbe ipotizzare per le presenze una forte componente stagionale del turismo estero che notoriamente raggiunge la costiera adriatica nei periodi estivi e dunque soggiorna con più facilità nelle località balneari; comunque da questi dati possono giungere utili indicazioni per le politiche di destagionalizzazione delle presenze estere da raggiungere anche attraverso la crescita quantitativa e qualitativa e la diversificazione dell'offerta culturale in termini di offerta dei servizi aggiuntivi.

ANALISI DELLE STRUTTURE RICETTIVE

Per quanto riguarda l'offerta ricettiva dei 36 comuni si riportano nella seguente tabella i dati relativi all'anno 2007 in ordine alla capacità ricettiva del territorio distinta per Comune e per tipologia, elaborati dai Servizi Statistica e Turismo della Regione Marche.

I dati evidenziano un numero di 412 strutture ricettive.

Di seguito viene inoltre rappresentato il peso di ogni tipologia di offerta sull'insieme delle strutture. Il dato interessante è offerto dal numero di strutture ricettive in ambito rurale che raggiunge circa il 60% dell'intera offerta contro il 40% del 1999.

Grafico 7 Numero strutture ricettive

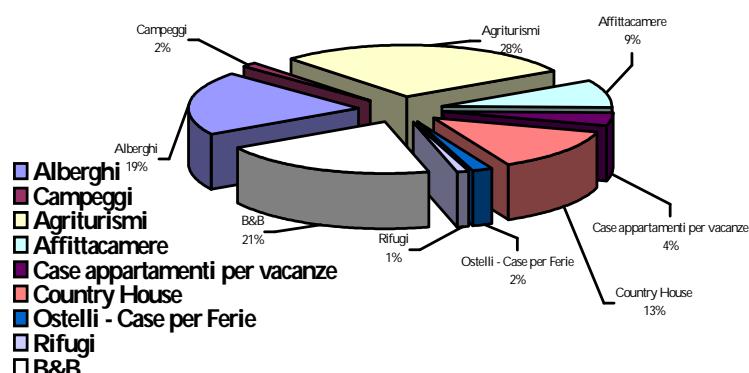


Tabella 23 Esercizi ricettivi per tipologia di offerta

COMUNE	alberghi	B&B	RTA	campeggi	agriturismi	country house	affitta camere	case e appartamenti per vacanze	ostelli	case per ferie	rifugi	totale per comune N° Esercizi
ACQUALAGNA	5	2			2	3	1					13
APECCHIO	4				9	3		5	1			22
AUDITORE	2					1	1	1				5
BELFORTE ALL'ISAURO												0
BORGO PACE	3	3			5				2		1	14
CAGLI	4	12	2		14	8	3	5		1	1	50
CANTIANO	2	1			1	2			1			7
CARPEGNA	5			2			1	1				9
CASTELDELCI	1				1		2					4
FERMIGNANO	2	3			5	2						12
FRONTINO	1	2		1		2	2					8
LUNANO					1							1
MACERATA FELTRIA	1				1				1			3
MAIOLO					1							1
MERCATELLO SUL METAURO		1			6	6						13
MERCATINO CONCA	1				1							2
MONTE CERIGNONE		1			1							2
MONTECALVO IN FOGLIA					2							2
MONTECOPIOLO	6	1									1	8
MONTEGRIMANO	6			1				1				8
NOVAFELTRIA	5	6		1	4		1					17

PEGLIO	1	2		2	1		1			7
PENNABILLI	3			1	4		3			11
PETRIANO	1	1			1					3
PIANDIMELETO	1				1		1			3
PIETRARUBBIA	1	3					1			5
PIOBBICO	1	2		3	4		2		2	15
SAN LEO	2	4		5		1				12
SANTAGATA FELTRIA	2	5		2	1					10
SANTANGELO IN VADO	2			4	1				1	8
SASSOCORVARO	1	1		2			1			5
SASSOFELTRIO										0
TALAMELLO										0
TAVOLETO		1				1				2
URBANIA	2	3		15	4				2	26
URBINO	16	31	1	22	16	17		1		104
TOTALE	81	85	2	6	116	54	35	17	8	412

Fonte: nostra elaborazione su dati osservatorio turistico Regione Marche (anno 2007)

MANIFESTAZIONI ED EVENTI CULTURALI

L'attrattività turistica e di conseguenza una buona parte della valorizzazione dei beni culturali del Montefeltro, segue la calendarizzazione degli eventi e delle manifestazioni che caratterizzano alcune località e che, in alcuni casi, sono in grado di fornire la linfa di flussi turistici e di residenti permettendo di aumentare le visite, promovendo siti culturali ed artistici altrimenti fuori da itinerari classici.

Nell'allegato 19, sono riportati gli eventi e le manifestazioni che meglio rispondono all'esigenza di creare domanda turistica e di caratterizzare le varie località. Non si tratta ovviamente di un elenco con pretese di esaustività, ma attraverso di questo si vuole dare un panorama generale degli eventi e della loro distribuzione nell'arco dell'anno.

La scarsa numerosità di queste occasioni è dovuta alla "fragilità" dei siti stessi e alle politiche di tutela e salvaguardia. In ogni caso si tratta di una delle prime leve strategiche sulla quale puntare per raggiungere gli obiettivi di destagionalizzazione proposti in tutti gli strumenti programmatici di settore.

Nell'allegato 20 è riportata una rappresentazione degli eventi per periodi dell'anno. Questa tabella ci mostra in maniera evidente come il sistema turistico sfrutti ampiamente il periodo estivo, che vede alte presenze e attrae visitatori che uniscono le motivazioni classiche di attrazione dell'area legate al patrimonio consolidato, con motivazioni legate alle tradizioni e feste locali, che coinvolgono anche visitatori occasionali e turisti che risiedono lungo la riviera adriatica. Chiaramente i flussi del secondo tipo riguardano un turismo con potenzialità di spesa per la cultura ridotte, rispetto al turismo culturale vero e proprio, ed anche con minore permanenza media, dal momento che per il soggiorno fanno comunque riferimento alle strutture della riviera adriatica. Ciononostante questi visitatori possono aiutare a sostenere economicamente, sia in modo diretto che indiretto, il sistema artistico culturale della zona del Montefeltro soprattutto considerando il grande bacino potenziale che rappresentano. Dalla stessa tabella è possibile rilevare la politica, iniziata con il Leader II, di destagionalizzare gli eventi dell'area dando vita ad una stagione autunnale, quella delle "Feste d'Autunno". Bisogna constatare che non vengono sfruttati, dal punto di vista dell'organizzazione di eventi che fungano quali attrazioni turistico culturali, i mesi primaverili legati ad un turismo qualitativamente superiore che meglio è predisposto ad itinerari di tipo culturale e che quindi può apprezzare il patrimonio del Montefeltro aiutando il settore turistico e fornendo un buon contributo alla sua stabilità e sostenibilità economico finanziaria.

In ogni caso il sistema turistico-culturale dell'area del Montefeltro possiede un patrimonio e una notorietà specifica che costituisce il capitale sociale ed economico principale alla base di ogni considerazione per lo sviluppo endogeno. Il bacino di domanda potenziale rispetto al quale rimodulare le politiche di offerta è un bacino che considera il Montefeltro come entità autonoma

costituita dalla storia dei luoghi, dai personaggi che vi hanno vissuto e che hanno contribuito al disegno dell'ambiente culturale e naturale attuale e dalle emergenze artistiche che ancora oggi lo contraddistinguono. Questi elementi si concretizzano in un patrimonio materiale e immateriale che contraddistingue questo territorio e lo identifica come un'unità indissolubile. Dunque è su queste caratteristiche che sembra indispensabile puntare anche nella valutazione di un allargamento necessario della base della domanda di riferimento.

Un sistema di gestione di beni culturali, per il suo equilibrio economico, deve obbligatoriamente rendere costante il flusso di visitatori. La destagionalizzazione del turismo è da sempre un obiettivo di Enti pubblici e di imprenditori privati, e viene perseguita anche attraverso la creazione di eventi ed iniziative di diverso genere per caratterizzare e specializzare l'offerta in periodi differenti ed attrarre nuove fasce e tipologie di turismo, andando incontro alle peculiarità di domande in grande evoluzione, come ad esempio il turismo della terza età in grado di sviluppare nel medio e lungo periodo potenzialità di enorme interesse.

IL CONSORZIO TURISTICO “URBINO E IL MONTEFELTRO”

In seguito a Deliberazione di Giunta Regionale n° 1533 del 28.12.2006 – Art. 8, comma 6 L.R. n° 9/2006 e Decreto di riconoscimento del dirigente del servizio n.921/SRV07 del 06/12/2007 è stato costituito con Protocollo d’Intesa sottoscritto dalla Provincia di Pesaro e Urbino, Comune di Pesaro, Comune di Fano, Comune di Urbino Comune di Gabicce e dai tre rappresentanti eletti dei distretti turistici, il Sistema Turistico Locale provinciale Pesaro-Urbino suddiviso in tre DISTRETTI turistici rappresentanti l’ambito territoriale ottimale per favorire la collaborazione pubblico-privata in materia turistica. Tali Distretti elaborano progetti turistici per la qualificazione dell'accoglienza e per favorire l'impostazione di offerte turistiche destinate alla commercializzazione. In quest'ottica, a seguito degli incontri svolti dal tavolo tecnico operativo del Sistema Provinciale Turistico è stato riconosciuto gestore del Distretto di “Urbino e il Montefeltro” il Consorzio Turistico omonimo con sede in via Puccinotti 33 ad Urbino, in quanto data la forma giuridica e la composizione dei soci, nonché la copertura territoriale dovuta all'appartenenza all'interno del Consorzio stesso di ben 4 Comunità Montane rappresentanti 36 Comuni, ha tutte le caratteristiche per rappresentare in maniera idonea l'area territoriale di competenza, nonché la capacità di elaborare, proporre e realizzare progetti di accoglienza turistica come previsto dall'art. 9 del sopra citato Protocollo d’Intesa.

I soggetti costituenti del Consorzio Turistico “Urbino e il Montefeltro”:

Il Consorzio Turistico “Urbino e il Montefeltro” si identifica come DISTRETTO, è costituito da soggetti pubblici e privati coinvolti a vario titolo nel settore turistico. Di maggioranza privata il Consorzio Turistico “Urbino e il Montefeltro” ha forte una componente pubblica rappresentativa di tutta la complessità territoriale riferita al Distretto; tutti Comuni ricadenti nell'area vengono rappresentati dalla Comunità Montane di appartenenza. Considerato questo, per rafforzare l'appartenenza al Consorzio e appoggiarne l'operato, alcuni Comuni si stanno associando in forma singola.

Il Consorzio è così composto:

- 1) Comunità Montana dell'Alta Val Marecchia
- 2) Comunità Montana dell'Alto e Medio Metauro
- 3) Comunità Montana del Catria e Nerone
- 4) Comunità Montana del Montefeltro
- 5) Comune di Urbino
- 6) Comune di Fossombrone
- 7) Ente Parco Sasso Simone e Simoncello
- 8) Soci privati : Consorzio di operatori: 1

Alberghi: 20

Country House: 14
B&B: 9
Agriturismi: 24
Istituti: 1
Ristoranti: 8
Terme: 2
Società varie (AMI, di servizi, Netcompany, Consorzio caciotta ecc...): 13
Residenze d'epoca: 1
Confesercenti Urbino
CNA Pesaro – Urbino
Enoteche: 2
Appartamenti per vacanze: 4

9) Soci Pubblici, Altri Comuni n° 13

Per un totale complessivo di 121 soci (20 pubblici 101 privati).

Appartengono inoltre alla Cabina di Regia:

- 1) Confesercenti - Confederazione Italiana Esercenti Attività Commerciali, Turistiche e dei Servizi della Provincia di Pesaro e Urbino
- 2) C.N.A. Confederazione Nazionale Artigiani
- 3) CIA Confederazione Italiana Agricoltori
- 4) Legacoop
- 5) Confartigianato- Associazione degli Artigiani della provincia di Pesaro e Urbino
- 6) Federazione Provinciale Coltivatori Diretti
- 7) Unione Provinciale Agricoltori

Complessivamente gli aderenti al consorzio rappresentano circa 2000 posti letto su un totale dell'area di 8040 (allegato 21).

1.1.7 L'ANALISI SWOT

Nella matrice che segue sono raccolti gli elementi critici del territorio del GAL. La cognizione del contesto permette di evidenziare come la matrice ambientale paesaggistica, unita a quella dei beni storico culturali, possa costituire uno dei capisaldi su cui basare le azioni di sviluppo dedicate al settore turistico. Sarà quindi necessario intervenire sul consolidamento e sulla sostenibilità di tali sistemi per porre in essere i presupposti di un miglioramento dell'"interesse" all'area Montefeltro. Tanto più sarà efficace tale azione tanto maggiori potranno essere i risultati rivolti soprattutto a destagionalizzare i periodi di flusso e ad allungare la permanenza media dei turisti. Per ottenere una efficace azione nel comparto turistico bisognerà affiancare, agli interventi più strutturali, iniziative di formazione sul capitale umano operante nel settore, al fine di qualificare l'ospitalità condividendo la conoscenza delle risorse del territorio, fornendo erudimenti nelle principali lingue straniere parlate, dando quegli elementi basilari di informatica oggi strategici per la vendita on-line.

Per quanto si evince dal sistema economico è apprezzabile una buona vivacità imprenditoriale caratterizzata da piccole imprese spesso artigianali che alimentano reti corte di commercializzazione (spesso produttori conto terzi). Tutto il settore soffre di carenza infrastrutturale sia di tipo tradizionale che riferito alle tecnologie avanzate. Sarà nella direzione di colmare o almeno diminuire questo gap che il GAL potrà operare fattivamente con la sua programmazione, così come potrà sostenere le attività volte al contenimento e miglioramento del consumo energetico che oggi segue un trend al rialzo. Sarà inoltre opportuno sostenere il

processo di internazionalizzazione delle imprese che già si manifesta nel settore e incentivare la ricerca di innovatività che non risulta ad oggi avere grande sviluppo.

La collaudata capacità partecipativa della componente pubblica e dei portatori di interessi di categoria, permetterà di concentrare l'implementazione di servizi associati in un'area vasta al fine di mantenere livelli di qualità della vita apprezzabili anche per i piccoli comuni che qualificano l'area territoriale.

Tenendo fede a quello che sarà il macro-objettivo del PSL fondato su di una "IDENTITA' INCLUSIVA" sarà strategico operare al fine di rendere minima la disparità tra le categorie forti e quelle disagiate annoverando tra queste ultime anche la nutrita collettività extracomunitaria presente nell'area.

Va infine constatata, studiata ed affrontata la problematica relativa all'Alta Val Marecchia oggi ancora terra marchigiana, ma con le credenziali pronte per confluire nella vicina Romagna.

Gli incontri svolti in tale terra hanno dimostrato una inaspettata riconoscibilità nell'azione fin qui svolta dal Montefeltro Leader.

ANALISI SWOT

	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	OPPORTUNITA'	MINACCE
Sistema socio/demo grafico e governance	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Basso livello di pressione antropica ⇒ Buon livello della qualità della vita ⇒ Contenuto costo della vita ⇒ Forte capacità partecipativa alle politiche negoziali 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Comuni di piccole dimensioni ⇒ Elevato indice di invecchiamento della popolazione ⇒ Bassa dotazione di strutture socio-sanitarie ⇒ Difficoltà nei collegamenti verso l'esterno e all'interno dell'area. 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Elevato tasso di cittadini stranieri presenti ⇒ Buon tasso di occupazione soprattutto femminile 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Alto indice di invecchiamento della popolazione ⇒ Reddito procapite più basso a livello regionale ⇒ Perdita dell'identità territoriale con richieste di alcune parti di territorio di secessione regionale
Sistema economico e mercato del lavoro	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Vivacità del sistema imprenditoriale con indice di natimortalità delle imprese positivo ⇒ Significativo peso di imprese nel settore primario ⇒ Elevata propensione all'esportazione ⇒ Basso tasso di disoccupazione ⇒ Eccellenza del sistema agro-biodiversità ⇒ Capacità del tessuto economico ad adattarsi alle difficoltà e carenze strutturali 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Limitata densità di aziende ⇒ Economie sviluppate su reti corte ⇒ Basso livello di dotazioni infrastrutturale ⇒ Basso reddito procapite dovuto ad una bassa produttività del lavoro ⇒ Limitate quantità di produzioni tipiche locali ⇒ Difficoltà di competitività del settore agricolo ⇒ Mancata capacità di creare "surplus" dall'IDENTITA' del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Elevatissimo numero di microimprese con longevità operativa:sistema artigianale. ⇒ Buona propensione al consumo interno ⇒ Produzioni di nicchia di elevato valore e qualità ⇒ Approccio plurifunzionale del settore agricolo (agricoltura-ambiente, agricoltura-turismo, agricoltura-impresa) ⇒ Presenza dell'Università di Urbino 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Trend negativo del numero di imprese del settore primario ⇒ Concorrenza dei paesi emergenti e competitività dei mercati internazionali ⇒ Forte terziarizzazione ⇒ Crescita dell'importazione di energia
Ambiente e paesaggio	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Elevato patrimonio ambientale e presenza di aree protette di qualità ⇒ Eccellente qualità del paesaggio ⇒ Biodiversità diffusa e di grande interesse conservazionistico ⇒ Presenza di aree particolarmente incontaminate 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Modesta valorizzazione e promozione del patrimonio naturalistico ⇒ Programmazione urbanistica non coordinata tra le numerose amministrazioni comunali. ⇒ Territorio con diffuso ed elevato dissesto idrogeologico ⇒ Strumenti di pianificazione non adeguati al valore paesaggistico del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ricca rete sentieristica in buona parte segnalata e cartografata ⇒ Il bosco come risorsa ⇒ Presenza di animali di elevato interesse quali l'aquila reale, il lupo, il cervo ⇒ Presenza di una coscienza ambientale collettiva ⇒ Presenza dell'Università di Urbino 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Pressione per lo sfruttamento economico delle aree boscate della zona montana ⇒ Spopolamento delle aree montane ⇒ Carenza stagionali della risorsa acqua
Sistema storico culturale	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Quantità e qualità dei beni storico culturali tale da individuare un "distretto culturale del Montefeltro" ⇒ Presenza nel contesto territoriale di Urbino sito dell'Unesco ⇒ Integrazione tra patrimonio paesaggistico-ambientale e beni storico-culturali ⇒ Diffusa presenza di centri storici e borghi storici di elevata qualità e conservazione ⇒ Provincia delle Marche con il maggior rapporto di spesa per abitante dedicato al 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Difficoltà ad una gestione coordinata del patrimonio storico culturale ⇒ Accessibilità ridotta al patrimonio storico culturale ⇒ Eccessiva frammentazione dei siti museali con conseguente incapacità economica di gestione delle strutture ⇒ Scarso coinvolgimento dei privati nella politica di valorizzazione e gestione dei beni ⇒ Ridotti flussi di visitatori nelle strutture museali ⇒ Scarsa offerta di servizi aggiuntivi nei musei ed inadeguatezza del personale impiegato 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ricchezza di un patrimonio artistico "minore" ⇒ Presenza di reti museali ⇒ Presenza di reti dei teatri ⇒ Siti archeologici di elevato valore non ancora messi in luce ⇒ Presenza di Urbino patrimonio dell'Unesco nel contesto territoriale ⇒ Candidatura al riconoscimento di sito dell'Unesco dei luoghi che portano il segno di Francesco di Giorgio Martini ⇒ Presenza dell'Università di Urbino 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Faticosità degli edifici storici minori specialmente quelli dedicati al culto ⇒ Programmazioni urbanistiche poco attente alle tematiche di conservazione e valorizzazione dei beni storico culturali ⇒ Difficoltà di investimenti della pubblica amministrazione nel settore dei beni culturali

settore teatrale				
Turismo	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Presenza di una ricchezza di patrimonio ambientale, storico-culturale ⇒ Ricco patrimonio di prodotti della tradizione e di una cucina territoriale di qualità ⇒ Offerta diffusa di eventi culturali ⇒ Presenza di un artigianato di qualità ⇒ Trend di crescita del numero e della qualità di strutture ricettive legate al turismo rurale 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Stagionalità dei flussi turistici ⇒ Scadente accessibilità al territorio ⇒ Mancanza di coordinamento delle attività promozionali da parte delle amministrazioni locali ⇒ Forte concentrazione stagionale degli eventi del territorio ⇒ Carenza di servizi locali al turista ⇒ Limitata professionalizzazione degli operatori del settore 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Straordinarietà del paesaggio ⇒ Presenza di sorgenti termali e siti termali non valorizzati a pieno ⇒ Presenza di un consorzio turistico che accoglie oltre 100 operatori ⇒ Disponibilità delle amministrazioni ad una pianificazione strategica condivisa ⇒ Capacità di creare indotto negli altri settori produttivi, nel reddito e nell'occupazione ⇒ Presenza dell'Università di Urbino 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Turismo mordi e fuggi ⇒ Globalizzazione dell'offerta e della concorrenza ⇒ Concentrazione dei flussi turistici

2. LE STRATEGIE ESPRESSE E I TEMI PRIORITARI DELLA CONCERTAZIONE: COERENZA CON IL QUADRO DI ANALISI TERRITORIALE.

2.1 COSA APPRENDERE DALLE PRECEDENTI ESPERIENZE DI PROGRAMMAZIONE

Il Gruppo di Azione Locale “Montefeltro Leader” Soc. Cons. a r. l., con sede in Urbania, è stato legalmente costituito nel 1996 per la gestione dell'omonimo Piano di Azione Locale finanziato nell'ambito del Programma di Iniziativa Comunitaria Leader II.

Promotori del Gruppo sono state le quattro Comunità Montane che ne rappresentano il territorio: Alta Val Marecchia, Alto e Medio Metauro, Catria e Nerone, Montefeltro. La scelta di fondo del G.A.L. è stata quella di rappresentare tutte le maggiori realtà attive nel territorio sotto il profilo sia amministrativo che economico e culturale: la base sociale è composta da soci portatori di interessi collettivi tra cui enti territoriali e locali, rappresentanti del mondo economico e cooperativo e dell'universo socio-culturale e scientifico.

L'attività del G.A.L si è svolta in questi anni con i seguenti obiettivi:

- migliorare e valorizzare l'offerta turistica nell'ottica di una programmazione più forte e compatta,
- diffondere una nuova cultura ambientale che contribuisca a salvaguardare il paesaggio dell'area
- incentivare i processi di innovazione aziendale,
- sostenere la creazione di nuova imprenditorialità, ridare vigore ad attività artigianali caratteristiche del territorio,
- fornire una maggiore coesione del tessuto produttivo stimolando l'integrazione tra le imprese esistenti
- valorizzare le produzioni tipiche di qualità e tutelare e migliorare le condizioni ambientali e di vita.
- individuare, sostenere e incentivare la diversificazione produttiva delle aziende agricole,

2.1.1 ESPERIENZA DI LEADER II

Anzichè soffermarsi sull'elencazione dei progetti messi in cantiere durante le precedenti programmazione Leader, ci sembra interessante evidenziare gli aspetti che più hanno caratterizzato lo svolgimento delle attività sia di Leader II, che di Leader+. L'analisi vuole evidenziare sia i punti a favore che quelli sfavorevoli al fine di utilizzare l'esperienza svolta come corredo con il quale confrontarsi in questa nuova fase di programmazione.

Analizzando la parte operativa possiamo constatare che punti di forza hanno rappresentato le azioni di informazione e sensibilizzazione, con particolare riguardo all'attività svolta da 4 animatori a cui è stata assegnata ciascuno un'area di competenza e che hanno permesso di aprire sportelli informativi presso le sedi delle quattro comunità montane aderenti al Gal. Altro elemento qualificante è stato quello di utilizzare la rete degli sportelli bancari del socio Banca Marche, per promuovere le iniziative messe a bando. A questa attività di informazione si univa la possibilità di conoscere una linea di finanziamento dedicata messa a disposizione dalla banca per i partecipanti ai bandi. Tale modalità potrà essere riproposta anche in questa

programmazione, potendo forse colmare il gap temporale derivante tra la rendicontazione dei progetti attuati e la messa in disponibilità dei fondi da parte dell'autorità di pagamento.

Non altrettanto efficace è stata la collaborazione con l'Università degli studi di Urbino, il cui compito previsto era quello di supportare la formazione (coprendo settori che vanno dall'ambiente al turismo), di sostenere la ricerca e sperimentazione legate alla qualità ed alla sua certificazione nei settori delle Biotecnologie e Agro-Industria. Si attendeva cioè una università a fianco del territorio. Tale obiettivo è stato raggiunto solo parzialmente attraverso la creazione di un' "Autorità della Qualità" dove le competenze interdisciplinari del mondo accademico hanno svolto un buon ruolo di regia e controllo.

Per quanto concerne le iniziative messe a finanziamento, il PAL presentava misure che oltre a contenere fondi indirizzati a singoli operatori beneficiari, affiancava a questi iniziative di stimolo nella direzione di costituire reti allargate tra più beneficiari.

La natura delle spese ammissibili, fondi rivolti maggiormente ad investimenti materiali piuttosto che immateriali, ha fatto sì che si muovesse un buon interesse in risposta ai bandi di assegnazione di risorse verso i singoli beneficiari, ottenendo un ottimo risultato sotto il profilo del numero di progetti finanziabili, degli impegni ed anche della spesa totale. Maggiori difficoltà si sono riscontrate per le iniziative di rete, più legate da interventi immateriali e dalla necessità di una partecipazione corale. Vi è comunque da constatare che proprio grazie ad una azione rivolta alla realizzazione di un' "Agenzia del Turismo Rurale", si sono create le condizioni per costituire l'odierno consorzio di operatori turistici denominato "Urbino e il Montefeltro".

Da annoverare tra i risultati positivi la realizzazione di due progetti trasnazionali, uno legato ai flussi turistici copartecipato da GAL francesi e spagnoli, ed uno dedicato alla strada degli "Ottoni" realizzato con un GAL tedesco. Lo scambio di conoscenza tra GAL di diversi Paesi permette di comprendere quali siano le differenze di programmazione tra Paese e Paese e quali proposte possono essere riportate al proprio territorio nella logica dell'innovazione e della replicabilità e trasferibilità delle buone pratiche.

2.1.2 ESPERIENZA DI LEADER +

Sulla parte operativa possiamo dire che, pur avendo conseguito il vantaggio della rapidità e tempestività dell'informazione attraverso l'uso della tecnologia informatica, la ancora scarsa fidelizzazione di molti destinatari all'uso della posta elettronica e della consultazione di siti e portali, unito, questo vale soprattutto per gli enti pubblici, alla mancanza di attribuzione di responsabilità interna ad un soggetto dedicato a tale scopo, hanno sicuramente reso meno efficace l'attività di informazione in corso d'opera. Così come meno efficace è stato attribuire l'animazione ai singoli progetti anziché all'intero programma. Questo limite potrà essere superato con la nuova programmazione che, avendo il GAL previsto figure stabili dedicate al settore, destina la quota del 2% a tale funzione.

Certamente possiamo dare un voto positivo alla partecipazione da parte degli enti e delle associazioni che hanno seguito con molto interesse le opportunità messe a disposizione dal PSL, del resto ampiamente condivise in fase di programmazione. Vale la pena rivalutare anche la partecipazione dell'Università che è stata protagonista di molti progetti anche se legati prevalentemente solo al tema del paesaggio. Ciò che si chiederà con la prossima programmazione sarà la partecipazione attiva e continuata a tutte le iniziative già a partire della fase di concepimento delle idee progetto.

Certamente c'è da rilevare una flessione della partecipazione dei singoli operatori ai bandi, per due ordini di motivi: la prevalente possibilità di finanziare solo progetti immateriali e la modesta entità delle somme disponibili rispetto alla complessità delle modalità di rendicontazione delle stesse. Risultato opposto è quello ottenuto nei progetti in rete, essendo meglio orientato il programma in tal senso ed essendosi nel frattempo fatta strada l'esperienza di collaborare al di là dei singoli campanilismi locali. Di tale maturità si dovrà tener conto e fare tesoro nella nuova programmazione, agendo però non nella direzione di creare dei partenariati "ad hoc", bensì nell'attivare quel tavolo che, come vedremo in seguito nelle linee strategiche, andrà a costituire uno degli elementi portanti del riconoscimento dell'IDENTITA'.

Sicuramente positivo il bilancio delle misure infraterritoriali e transnazionali che il GAL ha svolto in parte con gli altri GAL delle Marche, ed in parte con reti più complesse tra più regioni e con Paesi esteri. Se di ombre si può parlare queste hanno soprattutto evidenziato le difficoltà iniziali ad implementare tale tipologia di progetti, per la mancanza di regole di riferimento tardivamente emanate dalla regione. Molto positiva l'azione svolta per la creazione di un parco culturale dedicato a Paolo Volponi e promosso dai due GAL della provincia di Pesaro-Urbino. Un contributo innovativo che ha visto molte e diverse azioni svolgersi con l'aiuto e la partecipazione di soggetti pubblici e privati. Un settore difficile come quello della cultura si è intersecato con progetti multisettoriali e vuole anche candidarsi all'autosostenibilità economica.

2.1.3 ALTRE INIZIATIVE PARTECIPATE DAL GAL

Durante il periodo 2000-2006, il GAL Montefeltro Leader ha operato anche in altri Programmi Comunitari:

"MUSA – NET. MUSA NETWORK - RETE PERMANENTE DEI MUSEI ADRIATICI" (INTERREG II A Transfrontaliero Adriatico)

In collaborazione con la Comunità Montana del Montefeltro ha partecipato al progetto "MUSA – NET", nell'ambito del quale ha coordinato le attività del tavolo di lavoro C "Problematiche e prassi relative alla sostenibilità economica di sistemi e reti museali e del patrimonio culturale". Il progetto, attuato dalla Regione Marche in collaborazione con i Sistemi Museali delle Province di Macerata e di Ancona e con la Comunità Montana del Montefeltro, ha promosso la costituzione di una rete permanente di operatori culturali, provenienti da Istituzioni ed organizzazioni culturali della Regione Marche e dei Paesi Adriatico Orientali, finalizzata ad avviare pratiche di scambio di buone prassi ed avvio di sperimentazioni piloti per la gestione di sistemi integrati di beni ed attività culturali.

"NEWS FROM RNT" - NEW WAYS FOR TRAINING AND QUALITY LABELLING IN RURAL AND NATURAL TOURISM"

(Call for Proposals DG EAC/92/04 - "Valorisation Conferences for the Exploitation of Results from Leonardo da Vinci Projects")

Il progetto "News from RNT" ha rappresentato un punto d'incontro europeo dove giovani, imprenditori, formatori, docenti e Pubblica Amministrazione hanno avuto l'opportunità di analizzare e condividere i risultati ottenuti dai progetti finanziati nell'ambito del programma "Leonardo da Vinci", realizzati negli ultimi anni in Europa nell'ambito del turismo rurale.

L'iniziativa è nata dalla necessità di migliorare e valorizzare l'insieme delle attività socio-economiche attinenti la sfera del turismo rurale e definire le figure professionali di riferimento. Il progetto ha voluto:

- valorizzare i risultati e i prodotti di progetti Leonardo da Vinci concernenti la formazione e la certificazione di qualità nell'ambito del turismo rurale e naturale;
- promuovere le azioni comunitarie nell'ambito della formazione,
- favorire la conoscenza delle politiche europee per lo sviluppo delle aree rurali (GAL e Leader);
- promuovere l'accesso ai fondi e ai finanziamenti europei, nazionali e regionali, relativi a questo settore.

Il lavoro si è concretizzato in due giornate di convegno e workshop che hanno avuto l'obiettivo di trasferire buone pratiche di settore a tutti gli interessati ad utilizzare strumenti di aggiornamento professionale e crescita culturale all'interno del settore turistico rurale. Relatori del convegno sono stati alcuni tra i maggiori esponenti comunitari e nazionali dei progetti Leonardo realizzati, membri e rappresentanti della Commissione europea ed esponenti politici della realtà marchigiana e nazionale.

“RURAL TRACK”

(Programma Leonardo da Vinci - Progetto di Mobilità 2004/2005)

Il progetto Rural Track è stato realizzato nell'ambito del Programma Comunitario in materia di formazione Leonardo da Vinci "2000-2006- Mobilità". Promosso da Sviluppo Marche S.p.A., ha voluto soddisfare un fabbisogno generale di coloro che, deputati a livello locale alla pianificazione e all'attuazione di percorsi formativi per lo sviluppo rurale, necessitano di maggiore conoscenza e approfondimento dell'analisi di contesti locali, nazionali e transnazionali differenti. Questo per giungere con approccio condiviso a formulare modelli di governance per le aree rurali, e a tracciare nuovi percorsi di sviluppo rurale che prevedano la creazione di partenariati con i nuovi Paesi associati.

Il progetto si è posto l'obiettivo generale di innalzare e potenziare la capacità dei sistemi formativi ad operare nelle e per le aree rurali. La partecipazione diretta agli scambi da parte del Promotore e del Soggetto istituzionale Regione Marche, con propri funzionari e/o dirigenti, accanto agli altri Partner Mittenti e ai loro beneficiari, "attori" dello sviluppo rurale, ha ribadito il perseguitamento degli ulteriori obiettivi specifici:

- sperimentare "comportamenti collaborativi" tra i partecipanti;
- cogliere spunti e riflessioni sulla programmazione e progettazione formativa, sui criteri di qualità dei progetti e delle attività di monitoraggio e audit, da introdurre nei sistemi di formazione regionali/locali;
- avviare solide e qualificate relazioni per creare partenariato con nuovi paesi associati.

L'attività svolta si è posta l'obiettivo di rafforzare e sviluppare competenze necessarie a "coltivare" nuove idee per uno sviluppo non soltanto del settore agricolo ma di intere aree rurali marchigiane, sia in termini di integrazione intersettoriale che di multifunzionalità per l'agricoltura.

“PROGETTO INTERURAL”

(Integ III A – Transfrontaliero Adriatico)

Composizione del partner

Provincia di Pesaro-Urbino, Ist. Naz. Economia Agraria; GAL Montefeltro; GAL Colli Esini, GAL Maiella Verde, GAL Molise verso il 2000, GAL Alto Salento, GAL S. Maria di Leuca, LEDA- Albania- Skutari, LEDA- Albania- Valona, LEDA- Albania- Durazzo, LEDA- Bosnia Herzegovina – Travnik, LEDA- Croazia – Okucani, LEDA- Serbia Montenegro- Novi Sad, LEDA- Serbia Montenegro-Kragujevac.

Il progetto intende rafforzare sia le sinergie interne al territorio rurale che le complementarietà esterne al fine di conferire una logica integrata alle dinamiche di sviluppo locale con riferimento all'approccio metodologico dell'Iniziativa Comunitaria Leader. Inoltre il progetto si propone di effettuare un confronto tra le esperienze di Agenzia di Sviluppo Locale proposte dalle Nazioni Unite (LEDA) e quelle implementate dal progetto Leader promosso della Comunità Europea (GAL)

L'obiettivo globale del progetto è di favorire lo sviluppo sostenibile dell'economia rurale dell'area transfrontaliera attraverso l'ammmodernamento e l'innovazione delle imprese agricole, artigianali e turistiche, il potenziamento dei servizi e l'avvio di azioni preparatorie all'internazionalizzazione delle imprese.

Obiettivi specifici sono:

- Sostegno ad iniziative di valorizzazione e uso sostenibile delle risorse locali;
- Sperimentazione di metodi di lavoro cooperativi;
- Promozione di beni e servizi innovativi a supporto dell'economia rurale e della collettività locale;
- Promozione di iniziative volte allo scambio di esperienze tra i soggetti pubblici e privati coinvolti;
- Trasferimento di buone prassi relative allo sviluppo rurale.

2.2 GLI ORIENTAMENTI COMUNITARI

Le principali disposizioni riguardanti la politica di sviluppo rurale dell'UE per il periodo 2007-2013, e le misure che possono essere prese dagli Stati membri e dalle regioni, sono stabilite nel regolamento (CE) n. 1698/2005 del consiglio. Il regolamento dispone che la politica di sviluppo rurale per il periodo 2007-2013 sia incentrata sui tre temi (o "assi tematici") seguenti:

- miglioramento della competitività del settore agricolo e forestale;
- miglioramento dell'ambiente e dello spazio rurale;
- miglioramento della qualità della vita nelle zone rurali e diversificazione dell'economia rurale

Le azioni dello sviluppo rurale dovranno comunque inquadrarsi nella **strategia di Lisbona** che può essere così sintetizzata :

- Investimenti SI e ITC; (information and communication technologies);
- Innovazione;
- Ricerca e sviluppo (Reti e scambio di esperienze);
- Partenariati pubblico-privato;
- Aumento della competitività;
- Creazione di occupazione e diversificazione rurale.

Il **consiglio di Goteborg** ha individuato una serie di obiettivi e misure come orientamento generale per il futuro sviluppo di politiche sostenibili in quattro settori prioritari:

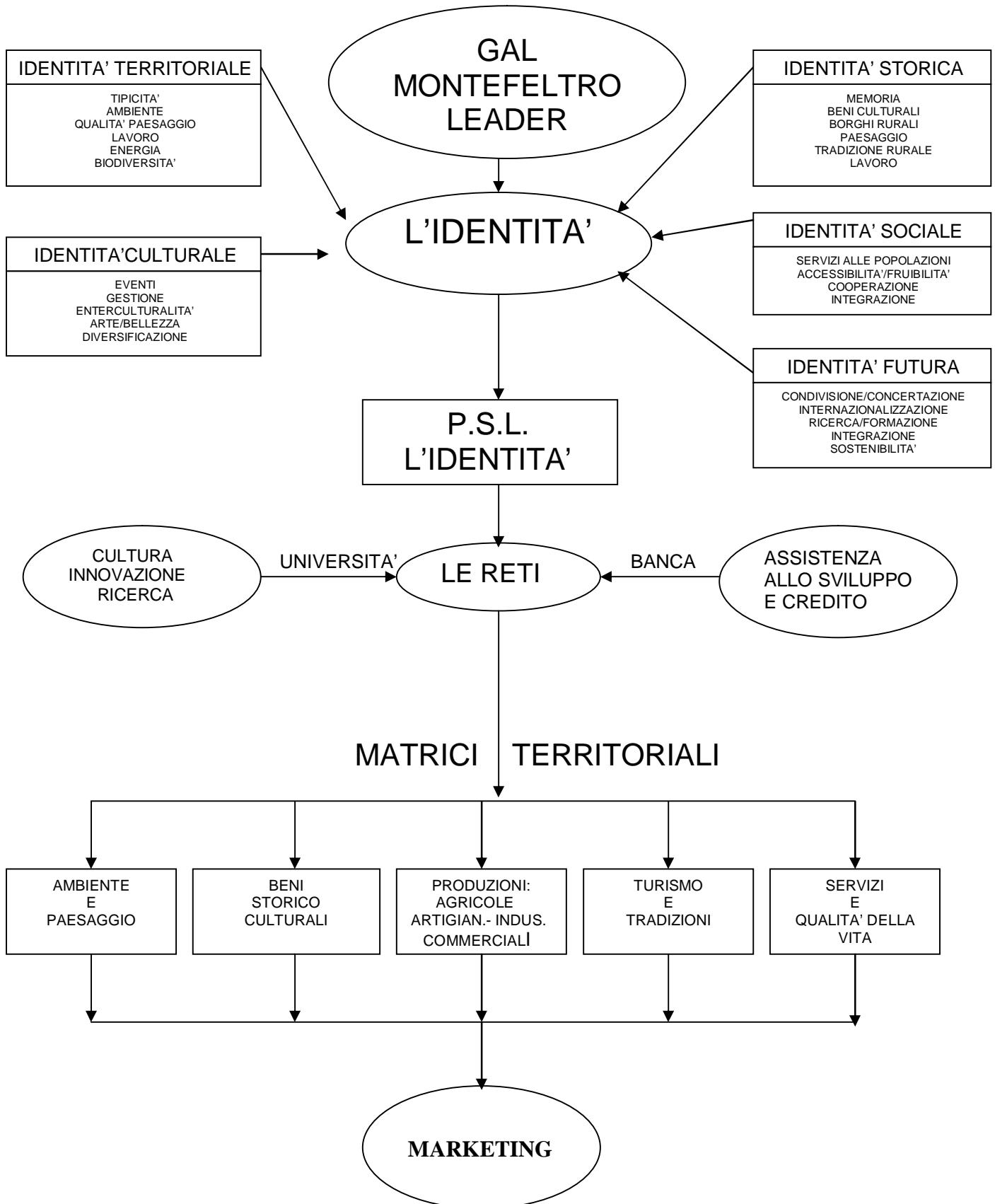
- cambiamenti climatici
- trasporti
- sanità pubblica
- risorse naturali

integrando in tal modo le decisioni su questioni sociali ed economiche. Le misure cui lo sviluppo rurale può concorrere al raggiungimento di tali obiettivi si possono così sintetizzare:

- Introduzione di tecniche produttive favorevoli alla sicurezza alimentare ed alla qualità dei prodotti;
- Diffusione di tecniche di coltivazione maggiormente conservative dell'ambiente;
- Protezione della biodiversità;
- Riorientamento verso la produzione di materie prime destinate alla produzione di energia da fonti rinnovabili.

Prendendo come base gli orientamenti espressi dalla Comunità Europea, il GAL intende attivare il proprio piano all'interno di una strategia globale di riconoscibilità dell'IDENTITA' del proprio territorio. Lo schema riportato al punto successivo riassume il processo di implementazione di tale strategia.

2.3 LA STRATEGIA LOCALE: L'IDENTIFICAZIONE CON IL TERRITORIO



2.3.1 L'IDENTITA' LOCALE

Durante gli incontri di concertazione da più parti si è manifestato il problema dell'indebolimento della riconoscibilità tra la popolazione e il proprio territorio, individuando come elemento fondamentale sul quale fare perno della nuova programmazione la *valorizzazione dell'identità locale come fattore di sviluppo*.

L'area del GAL è caratterizzata per essere un territorio di confine ove gli scambi, culturali, economici, e funzionali, sono spesso rivolti verso le aree regionali contermini. E' il caso delle zone a confine con il territorio eugubino ove si riscontra una continuità di paesaggio e tradizioni, più marginalmente ciò accade per i comuni che si affacciano verso la toscana poiché la barriera appenninica costituiva e costituisce ancora un ostacolo agli scambi tra le aree delle due valli opposte; in modo radicale ed eclatante questa affinità interregionale si concretizza nella zona più a nord del nostro territorio che confina con la Romagna: l'Alta Val Marecchia ha manifestato il proprio disagio che ha portato alla verifica referendaria con il noto esito di richiesta di ridefinizione dei confini regionali.

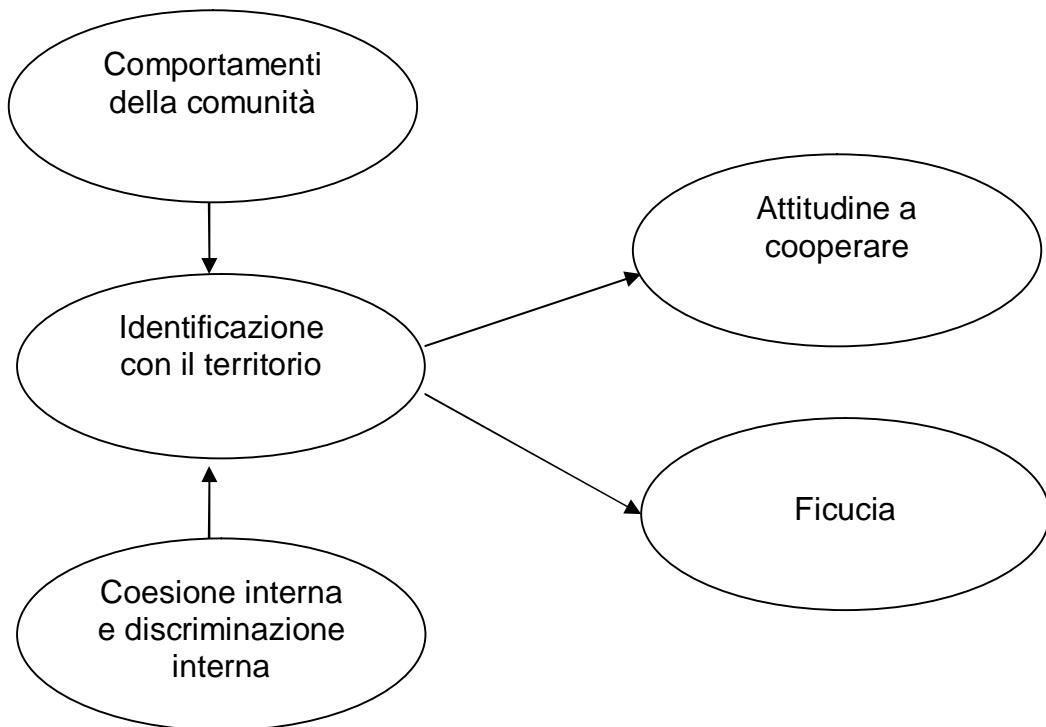
Il programma LEADER porta in sé le idee di partecipazione e di partnership, che costituiscono spesso una novità rispetto ad un'idea diffusa di separazione delle competenze e delle funzioni del pubblico e del privato, e dell'idea prevalente del cittadino come semplice utente.

Queste azioni di partenariato possono allargarsi a livello interregionale, e di conseguenza possono essere estremamente positivi i contatti e le contaminazioni derivanti dalla programmazione interterritoriale, capaci di confrontare e fondere iniziative congiunte da parte di GAL, e quindi di popolazioni, appartenenti ad ambiti regionali diversi, ma che si ritrovano in funzionalità geografiche e necessità comuni.

L'identità acquisisce una rilevanza nello spazio delle politiche territoriali, come categoria trasversale capace di attraversare diversi ambiti di quello spazio e divenire risorsa chiave dello sviluppo: identità come "trait d'union" tra produzioni di valore e mercato.

Nasce quindi l'esigenza di costruire localmente la memoria collettiva o la *local knowledge* (sapienza locale), sapendo che essa è un terreno di contesa, nel quale differenti attori cercano di stabilire, sulla base di differenti ragioni ed interessi, la propria particolare versione come l'autentica memoria di un gruppo o di un luogo.

Sarà proprio la capacità delle componenti della comunità che, affrontando gli aspetti di coesione e di discriminazione interna posti sul tavolo dell'identificazione del territorio, darà vita alla cooperazione e alla fiducia nel cooperare insieme.



2.3.2 LE DETERMINANTI DELL'IDENTITÀ TERRITORIALE

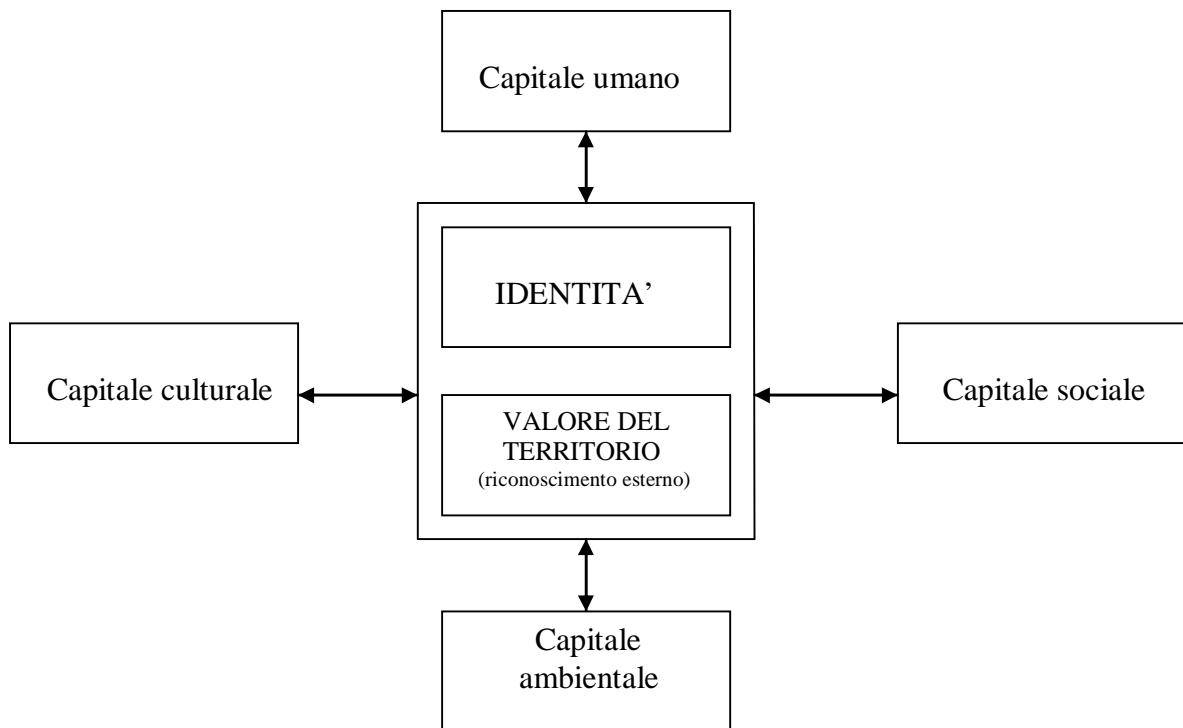
Gli elementi determinanti dell'identità territoriale su cui l'azione del PSL andrà ad agire ed interagire possono essere assunti nel:

CAPITALE UMANO. E' la conoscenza, intesa come insieme dei "saperi" che gli individui acquisiscono nel corso della loro vita ed usano per elaborare ed implementare idee, teorie, iniziative di vario genere, incluse attività produttive di beni e servizi.

CAPITALE SOCIALE. E' l'insieme delle istituzioni, delle regole dei valori condivisi e delle reti di relazioni interpersonali che costituiscono risorse per la produzione di benessere a disposizione degli individui e della collettività.

CAPITALE CULTURALE. E' quell'insieme complesso che include la conoscenza, le credenze, l'arte, la moralità, il diritto, il costume e qualsivoglia altra capacità acquisita dall'uomo membro della società.

CAPITALE AMBIENTALE. E' l'insieme delle risorse naturali come l'aria, l'acqua, il suolo, le foreste, la quiete e il paesaggio che nella disponibilità del capitale umano, vengono ad essere modificate secondo i principi elaborati dal capitale culturale.



La comunità che abita il territorio rappresenta una fonte di informazioni, conoscenze e risorse, uno strumento di valorizzazione delle proprie specificità economiche, produttive, ma anche istituzionali, sociali e culturali.

La comunità, intesa come laboratorio cognitivo, assume la natura di un insieme articolato di relazioni fra soggetti che condividono un sistema di valori e una cultura.

2.3.3 LE RETI: INTEGRAZIONE E INTERDIPENDENZA DELLE AZIONI

Sarà strategico non presentare un piano concepito come repertorio d'idee latenti, presenti nelle varie forme attive della società locale, che pensano di aver trovato finalmente senso attraverso un particolare canale di finanziamento.

E' invece essenziale che il complesso delle azioni del piano appaia *integrato* e come tale sarà percepito, tanto più verrà percepita e realizzata l'intensità dell'*interdipendenza* tra gli attori-promotori locali, o meglio ancora tra i capitali locali.

Tanto più il senso di interdipendenza tra i capitali costituisce un bene comune, tanto più il PSL apparirà come una politica integrata che genera i propri simboli territoriali e forme di identificazione come sfondo delle azioni attivate da reti di promotori e di interessi.

Compito del GAL è quello di tradurre in partnership, con le proprie azioni, quelle reti formali o informali presenti nel contesto locale, le *reti* di animazione territoriale impegnate sui temi dell'ambiente, della cultura e della storia locale, della qualità dei luoghi, dell'offerta di un turismo rurale integrato con tutti gli altri settori del vivere quotidiano, le reti sui bisogni sociali, e sui servizi.

Il GAL ha già agito in tal senso nelle programmazioni precedenti assumendo il ruolo di promotore di reti che oggi si ritrovano, più o meno strutturate, ad agire nei vari settori della vita sociale del territorio. Un contesto ricco di reti che coltiva nel tempo questa risorsa produrrà un "bene pubblico locale" che assicura rilevanti vantaggi competitivi.

Sicuramente l'azione Leader costituisce un evento, nel quadro di altri innumerevoli eventi e dinamiche di valorizzazione e promozione locale. Risulta peraltro difficile poter stabilire quale sia il grado di efficacia del programma rispetto agli effetti complessivi di ricaduta territoriale, ci sembra però sostenibile che Leader per la valenza simbolica di essere strumento di una politica europea, per la congruenza con i temi della sostenibilità, per la capacità di promuovere un' offerta di prodotti, da quello culturale a quello turistico in sintonia con quanto veicolato quotidianamente dai media, per la ricerca di innovazione e trasferibilità nelle azioni di carattere economico, possa comunque costituire un elemento di grande rilevanza.

Leader costituisce un'occasione per riformulare un'immagine pubblica di attori che si è andata indebolendo nel corso del tempo. Pensiamo agli agricoltori che possono riproporsi con politiche diverse da quelle del protezionismo e del sussidio ridefinire il proprio quadro d'azione entro prospettive più ampie ed inserite nella competitività e nella modernizzazione; gli enti parco che possono cogliere l'occasione di ristrutturare la propria immagine locale e le relazioni sociali con le popolazioni che sono spesso conflittuali, contemplando gli obblighi conservazionisti con strategie di sviluppo e di compensazione legittimate a livello europeo; le rappresentanze dei commercianti, alle prese con la grande distribuzione e le recenti politiche di liberalizzazione del settore, che possono riorientare ruoli e senso della presenza locale in rapporto ai temi della qualità del prodotto; le filiere produttive sia quella corta dell'artigianato, che quella lunga delle piccole e medie imprese, le prime impegnate nella ricerca di sbocchi di mercato sensibili al prodotto di qualità, le altre, ora più che mai investite dalle problematiche economico-finanziarie e della globalizzazione, spinte verso l'innovazione e l'internazionalizzazione dei propri manufatti.

IDENTITÀ E TIPICITÀ

Una particolare strategia di valorizzazione dei territori rurali è quella basata sulla promozione della tipicità e dei marchi territoriali.

Il tema della *tipicità* chiama direttamente in causa la questione dell'identità. La promozione del prodotto tipico poggia infatti sull'associazione tra un determinato prodotto ed un territorio di cui il prodotto stesso è espressione. Il prodotto rurale tipico diviene allora vettore dell'*identità* locale. Da un lato, l'identità locale è la base per la costruzione dell'immagine del prodotto; dall'altro l'immagine del prodotto, elaborata e promossa all'interno di una strategia di marketing, retroagisce sull'identità e sull'immagine del luogo.

Le modalità di questo rapporto vanno sviluppate nella loro molteplicità sino al caso estremo dell'incorporazione del luogo nel prodotto. In alcuni casi la relazione tra territorio e prodotto è sentita (o costruita) in maniera così decisa da consentire di immaginare una saldatura tra identità del prodotto e identità del locale rurale. Un esempio tipico del nostro ambito è il rapporto tra il "prodotto tartufo" e il "luogo Acqualagna", qui più che mai l'identificazione territoriale ha sposato l'immagine di un prodotto e sviluppato una filiera territoriale chiusa sul prodotto stesso, dove studi, eventi, marketing, rapporti nazionali ed internazionali, giocano attorno ad un'unica risorsa del territorio e vanno a colmare il gap competitivo rispetto ad altre offerte coniugate al plurale.

Il fatto che il prodotto possa essere commercializzato e promosso come entità autonoma e nel contempo incorpori sul piano simbolico il territorio (e quindi ritorni a quest'ultimo come fonte di legittimazione) apre un campo di potenziamento straordinario per il binomio prodotto-territorio. La questione possiede inoltre un versante di particolare interesse e di crescente rilevanza economica, ed è quello che riguarda la sempre più stretta integrazione tra prodotti tipici e percorsi turistici. Questa integrazione si configura come fenomeno tutt'altro che occasionale. Il prodotto quindi retroagisce sul territorio non solo rafforzandone l'identità, ma anche proponendo nuove trame fisiche e nuove rappresentazioni.

La figura della rete domina la scena di questo tipo di percorsi. La strada è, essa stessa, interpretabile come rete che connette luoghi fisici e attori economici e sociali, ricostruendone l'identità a partire da un determinato tematismo.

Il trattamento istituzionale della tipicità come sedimentazione della conoscenza locale, permette di trasformare un insieme di esperienze, di tradizioni, di costruzioni storiche, di senso locale in *diritti di proprietà* per un determinato territorio.

In questo contesto il *brand territoriale* potrà caratterizzarsi come espressione dei caratteri complessivi di un determinato "locale", e quindi dar vita a diritti di proprietà a disposizione di tutti gli attori del "locale". Il diritto di proprietà può essere fatto valere anche da produttori di beni e servizi diversi da quello di riferimento al quale l'identità è stata fissata.

Il trattamento della tipicità si configura quindi come un campo fondamentale per la lettura della costituzione dell'identità.

IDENTITÀ E QUALITÀ

Il crescente clima competitivo e la riduzione delle tradizionali protezioni alle economie locali, sia in termini di barriere alla mobilità che di politiche di supporto, hanno modificato gli equilibri e le logiche di sviluppo dei territori, generando da una parte grandi ed inedite opportunità, ma contemporaneamente stanno esponendo i sistemi territoriali, con sempre maggiore intensità, alla competizione nazionale ed internazionale.

La competitività di un territorio si misura con la capacità di rispondere alle pressioni concorrenziali e quindi attraverso la qualificazione dei punti di forza, la minimizzazione delle debolezze, l'incremento delle ragioni della sua attrattività.

Il contesto competitivo orienta verso una differenziazione basata sulla misura della qualità.

Il concetto di *qualità* contiene in sè un principio di indeterminatezza, la vaghezza della nozione di qualità, con riferimento alla qualità del territorio, trova una via di concretezza e di percorribilità operativa.

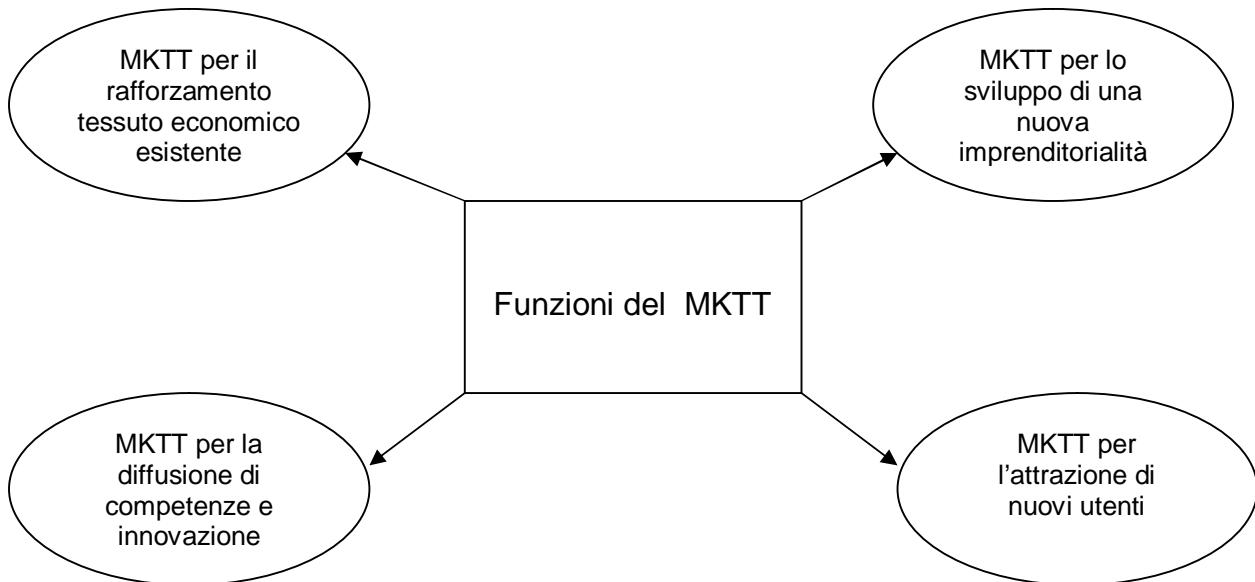
La qualità diventa da una parte contenuto valoriale ed evocativo di un modo di essere: "qualità del territorio", "qualità del rurale"; e dall'altra, nel quadro della necessità di controllo, che è decisivo nella quantificazione sociale dello sviluppo, fondamento di una determinazione valutativa ed in prospettiva base della certificazione: la "certificazione della qualità".

L'azione verrà inquadrata, su un piano generale, all'interno di quella ricerca della qualità che è in atto nel mondo rurale e che si muove, in prima istanza, sul terreno della "tracciabilità" dei prodotti e quindi della certificazione dell'origine dei prodotti stessi, ma che assume valore di necessità per qualunque attività materiale o immateriale organizzata all'interno del concetto di identità.

IL MARKETING NEL TERRITORIO

Parlare di *marketing nel territorio* significa parlare di un marketing di tipo sistematico che ha come obiettivi l'attivazione di processi interni per l'attrazione di risorse e utenze esterne e parallelamente l'attivazione di processi per la valorizzazione e fidelizzazione delle risorse acquisite. Centro strategico e focus di tale attività risulta essere l'integrazione tra le componenti territoriali e la fertilizzazione delle componenti territoriali stesse.

FUNZIONI DEL MARKETING



Compito del GAL sarà quello di generare una *Intelligence* capace di comprendere le opportunità competitive del territorio, ideare un orientamento strategico di sistema, stimolare l'attuazione e realizzazione di interventi conformi a tale orientamento.

Si tratterà di sviluppare una visione integrata degli elementi che compongono l'offerta territoriale e il suo grado di competitività, ed accogliere e posizionare, in questa ottica nuova, le richieste di promozione di progetti ed idee espresse localmente.

Sarà ancora compito del GAL, sempre più orientato al suo ruolo di Agenzia di Sviluppo, fornire al territorio strumenti che consentano una fertilizzazione delle idee, implementando modalità per la valorizzazione degli interventi presi a livello di ogni singolo segmento prodotto-mercato. La componente societaria del GAL vede la presenza di due figure istituzionali che potranno svolgere, a seguito di un particolare protocollo d'intesa sviluppato con il GAL, un ruolo innovativo nei confronti dei progetti di sviluppo locale, partecipando sin dalle prime fasi di concepimento ed affiancandoli nella concretizzazione dell'azione.

In tal senso si attuerà una politica di affiancamento ai propositori, sia nella fase dello sviluppo concettuale del progetto attraverso il coinvolgimento dell'Università di Urbino come fornitore di servizi di ricerca, innovazione e cultura, sia nella fase di formulazione della sostenibilità economica attraverso l'assistenza e compartecipazione economica da parte di Banca delle Marche.

L'analisi del contesto esposta nei capitoli precedenti, filtrata dalla strategia del macro obiettivo dell'affermazione dell'identità, ci consente di definire i bisogni o i vincoli che potranno costituire l'orizzonte (e l'opportunità) nel quale il GAL si muoverà con la futura programmazione.

2.4 GLI OBIETTIVI: GLOBALE, GENERALE, STRATEGICO

L'OBBIETTIVO GLOBALE

L'obiettivo globale che il GAL si prefigge di perseguire può essere così sintetizzato:

“riappropriarsi e rendere visibile l'IDENTITA' del Montefeltro attraverso il processo della conoscenza, condivisione e marketing dei capitali territoriali coinvolti nello

sviluppo integrato e sostenibile ed orientati al raggiungimento del ben-essere della popolazione”

Il PSL, così come il PSR, intende promuovere l'integrazione del "sistema territorio", favorendo lo sviluppo culturale, produttivo e funzionale dei sub sistemi sollecitando lo stimolo verso una prassi di programmazione integrata, la realizzazione di programmi culturali e di investimento, coordinati e condivisi; il miglioramento dei collegamenti fisici ed immateriali.

Verrà realizzata un'ampia e organizzata circolazione di idee, informazioni, progetti, che rappresenterà lo strumento più incisivo per innalzare il grado di coesione e collaborazione interna alla ricerca dell' "IDENTITA" del luogo.

Un'IDENTITA' caratterizzata per essere al tempo stesso "universale" ed "inclusiva" capace cioè di far sentire tutti i soggetti partecipi di un progetto comune e, soprattutto, capace di non porsi in un'ottica di conflitto, emarginazione o esclusione rispetto a comunità diverse.

Un'IDENTITA' che sappia riconoscere la diversità come elemento non soltanto da non emarginare o combattere, ma persino da includere come potenziale fattore di ricchezza e avanzamento comune, è quanto di più appropriato al fine della costruzione di una comunità locale (culturale, sociale, economica, ecc.) che voglia recitare un ruolo di primo piano all'interno di un mondo in rapida evoluzione.

Lo sviluppo di un territorio passa necessariamente attraverso il raggiungimento del ben-essere della sua popolazione e della società che questa forma, ed è raggiunto attraverso percorsi basati sull'etica, sull'equa ripartizione delle risorse, sulla partecipazione collettiva alle decisioni chiave, sull'accesso etico a beni e servizi. Non ci si può limitare al ben-essere dell'uomo, va parallelamente perseguito il ben-essere della natura perché così si raggiunga il giusto equilibrio tra ciò che si ha e ciò che si trasforma con l'uso.

GLI OBIETTIVI GENERALI

Il GAL, nella sua trasformazione in Agenzia, cercherà di inserire la progettualità per lo sviluppo del territorio all'interno di un quadro più ampio di programmazione a livello regionale, nazionale e comunitario a supporto del contesto sociale ed economico del territorio. Risulterà centrale in particolare lanciare azioni incisive per modificare le attuali forme di collaborazione con i diversi livelli amministrativi (sovra ordinati e sotto ordinati), per promuovere modalità di collaborazione inter-istituzionale stabili e durature.

La realizzazione del PSL, in analogia con il PSR intende persegui i seguenti obiettivi generali:

- Conservare e valorizzare le risorse ambientali del sistema suolo-acqua-aria, anche al fine di salvaguardare la biodiversità;
- Incentivare e sostenere forme di agricoltura ecosostenibile;
- Incentivare l'ammodernamento e la riqualificazione dell'intero comparto agroindustriale;
- Rilanciare il sistema dei beni storico culturali come patrimonio disponibile per la fruizione sociale, culturale, turistica;
- Promuovere e potenziare la struttura imprenditoriale locale;
- Sostenere e qualificare le forme di turismo rurale presenti nell' area;
- Massimizzare le sinergie e le integrazioni tra imprese locali, fornendo alle stesse infrastrutture e servizi adeguati;
- Favorire processi e modalità di gestione delle risorse in grado di incrementare l'occupazione;
- Favorire processi di crescita del reddito disponibile pro capite della popolazione;
- Attivare la ricerca verso forme innovative di risparmio energetico;

- Incidere positivamente sugli standard di qualità della vita;

Costruire un piano di sviluppo, finalizzato alla valorizzazione, qualificazione e rilancio del patrimonio culturale, storico, ambientale ed economico locale, condiviso con gli attori istituzionali, sociali ed economici caratterizzanti per l'area, significa inizialmente dare ampio rilievo alla fase di coinvolgimento delle forze sociali, istituzionali ed economiche locali, da realizzarsi attraverso momenti di incontro collegiale – tavoli di concertazione tematici – e numerosi incontri individuali di approfondimento.

Sarà necessario intervenire, in maniera selettiva, sulle reali potenzialità e specificità espresse dallo stock di risorse naturalistiche, paesaggistiche, economiche e socio-culturali del territorio, adottando un criterio di mantenimento/miglioramento del patrimonio, in favore delle generazioni future.

L'approccio è quello di pensare ad un Piano non inteso come l'insieme di tutte le cose da fare, ma come Piano Selettivo, concentrato su alcuni aspetti strategici, realmente modificabili/migliorabili in maniera sostenibile, consapevoli che un unico strumento non può – da solo – agire in maniera incisiva e complessiva su tutti i fattori ostativi dello sviluppo.

In questo quadro il Piano può rappresentare, da un punto di vista metodologico e strategico, una sede privilegiata di riflessione e messa a fuoco della gerarchia delle priorità e da un punto di vista operativo può offrire un contributo alla costruzione di nuove occasioni di sviluppo sociale ed economico, contributo che dovrà integrarsi con sforzi e contributi provenienti da altri contesti ed altre istituzioni.

GLI OBIETTIVI STRATEGICI

Il piano, mantenendo fede a quello che è stato definito l'obiettivo globale e perseguito gli obiettivi generali, si articherà secondo tre obiettivi strategici:

“rafforzare e qualificare l'offerta integrata territorio-turismo nel rispetto della tutela e valorizzazione del patrimonio diffuso”

- Favorire l'integrazione e la messa a sistema dell'offerta naturalistico-ambientale e dei beni storico-culturali ovvero le sinergie fra contesti territoriali integrati.
- Individuare e operare per la realizzazione di nuove strategie di sviluppo turistico legate alla tipicità e alla qualità.

Ricordiamo alcune caratteristiche dal contesto a cui si associa tale priorità:

- *eccezionali livelli di qualità della vita*
- *patrimonio artistico/naturalistico elevato*
- *aumento del valore del comparto turistico*

“aumentare la capacità produttiva e di attrazione del territorio migliorandone la competitività e salvaguardando la sostenibilità ambientale”

- Aumentare la capacità di attrazione degli investimenti nel territorio
- Favorire politiche d'investimento in R&D (ricerca e sviluppo), nei processi di trasferimento tecnologico e nel capitale umano
- Incentivare l'internazionalizzazione d'impresa
- Promuovere investimenti alle aziende agricole che privilegiano la multisettorialità

Ricordiamo alcune caratteristiche dal contesto a cui si associa tale priorità:

- *presenza diffusa di piccole e medie imprese.*

- *alta incidenza di imprese organizzate in forma artigianale; limitate capacità di crescita dimensionale e ricambio generazionale;*
 - *elevata propensione all'esportazione e crescita dell'importanza dei mercati non domestici;*
 - *produttività del lavoro non elevata con specializzazione produttiva in settori a basso valore aggiunto;*
 - *bassi investimenti in R&S, formazione e di crescita delle risorse umane;*
 - *problematiche finanziarie e difficoltà di accesso al credito*
 - *significativo peso di imprese nel settore primario*
 - *presenza del polo universitario di Urbino*
- Promuovere la diffusione di tecniche/metodologie di risparmio energetico
 - Favorire lo sviluppo della produzione e del consumo di fonti rinnovabili
Ricordiamo alcune caratteristiche dal contesto a cui si associa tale priorità:
 - *forte dipendenza da fonti di energia non rinnovabile*
 - *patrimonio naturalistico di rilievo e da preservare in quanto costituisce anche un valore economico*

“accrescere e consolidare il ben-essere della popolazione anche migliorando e favorendo nuovi servizi associati ed avanzati a favore dei centri rurali del territorio e della identità inclusiva”

- Favorire l'utilizzo di nuove tecnologie nel territorio. Soprattutto da parte degli enti di piccole dimensioni, sia nelle attività interne che nell'erogazione dei servizi.
- Attuare le potenzialità del e-government e dell'e-democracy, anche per favorire il superamento del digital divide e dare nuovi servizi ai cittadini (anche quelli più svantaggiati: abitanti di zone marginali e gli extracomunitari).
Ricordiamo alcune caratteristiche dal contesto a cui si associa tale priorità:
 - *prevalenza di piccoli comuni (dislocati in zone montane e con scarsa propensione ad agire in modo associato);*
 - *bassa densità abitativa, con popolazione che tende all'invecchiamento ed all'aumento della presenza straniera;*
- Favorire lo sviluppo di maggiori infrastrutture sia fisiche che telematiche.
Ricordiamo alcune caratteristiche dal contesto a cui si associa tale priorità:
 - *indici infrastrutturali sotto la media;*
 - *limitata adozione di strumenti informatici e telematici nelle imprese;*

Le linee strategiche del PSL così formulate assumono una configurazione dove gli indirizzi per lo sviluppo del territorio sono in pieno accordo con quelli previsti nel PSR ed in particolare secondo requisiti:

- **globali**, relativamente all'individuazione di un "quadro" complessivo di riferimento che interesserà tutto il territorio del GAL ed anche dei territori contermini;
- **integriti**, in quanto sarà la quantità e la qualità dei collegamenti tra le varie misure adottate e tra le diverse azioni da realizzare a determinare una condizione di effettivo valore aggiunto dei risultati attesi;
- **sostenibili**, in relazione al principio secondo il quale il Piano tenderà a configurarsi come un "Patto fra generazioni" in modo che alle generazioni future non venga trasmesso un patrimonio minore od inferiore di quello attuale.

2.5 STRATEGIA INNOVATIVA

Come si avrà modo di apprezzare nel paragrafo che segue, gli elementi di maggior innovatività risiedono più nel metodo che nel contenuto del Piano di Sviluppo Locale, oggi ancora in embrione. La concertazione si è avviata e proseguirà attorno ad un tema catalizzatore, **“riappropriarsi e rendere visibile l'IDENTITA' del Montefeltro attraverso il processo della conoscenza, condivisione e marketing dei capitali territoriali coinvolti nello sviluppo integrato e sostenibile ed orientati al raggiungimento del ben-essere della popolazione”**, tema che costituirà l'elemento capace di aggregare interessi e di rendere percorribile la via di un approccio integrato e multisettoriale. A fianco del partenariato e del GAL scenderà in campo un Agente di Sviluppo che manterrà costantemente aperto il contatto tra la parte tecnico/istituzionale del gruppo di azione locale e il territorio fungendo, da una parte da antenna delle esigenze e delle criticità e dall'altra da operatore di risoluzioni e rilevatore di opportunità. E' quanto mai necessario proseguire l'azione che il GAL ha promosso in questi anni dando però una visibilità più diffusa e più puntuale alle iniziative economiche messe a disposizione ed anche ai risultati raggiunti.

Inoltre la creazione di un tavolo di consultazione e lavoro costantemente aperto con l'organo provinciale e con i principali comuni dell'area costituisce di per sé un altro elemento di grande innovatività.

Sarà inoltre innovativo richiedere ad ogni amministrazione locale e ad ogni associazione di nominare un referente stabile che sia interlocutore tra il GAL e l'ente rappresentato al fine di tener sempre aperto un canale di comunicazione e interscambio.

2.6 L'APPROCCIO INTEGRATO E MULTISETTORIALE

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

- La prima impostazione consiste nel conferire valore aggiunto alle risorse locali valorizzandone le caratteristiche specifiche, attraverso un percorso di **integrazione verticale in filiera**. Si tratta di fornire al territorio un vantaggio comparativo che lo renda meno vulnerabile ai processi di delocalizzazione. A tale proposito è necessario intervenire in modo professionale per convertire le risorse locali in prodotti e servizi commercializzabili, garantire e incrementare il loro livello qualitativo e migliorarne la presentazione e l'introduzione sul mercato. In altri termini, nel quadro di questo primo approccio, si devono analizzare accuratamente tutte le attività delle filiere di prodotti che consentono di mettere in relazione i produttori locali e i consumatori.
- La seconda impostazione tende ad ottimizzare le sinergie esistenti o potenziali tra le attività locali tramite un processo di **integrazione orizzontale**. Si tratta dell'**approccio integrato**. L'impostazione formula l'ipotesi che l'integrazione orizzontale degli operatori, delle azioni, dei settori e delle risorse conferisca un valore aggiunto (maggiori capacità creative e innovative) ad ogni azione o ad ogni settore coinvolto. Il processo di integrazione può interessare:
 1. individui e **operatori** locali (siano essi privati, pubblici o provenienti dal mondo associativo, che si considerano a priori concorrenti o che, pur essendo situati in prossimità, si ignorano, ecc.);
 2. progetti e **azioni** (in ambiti economici, sociali, culturali, ambientali);
 3. territori e relative **risorse** (naturali, culturali, legate al patrimonio);
 4. **settori** di attività (agricoltura, artigianato, industria, commercio, servizi, ecc.).

Questo approccio presuppone che le azioni e i progetti previsti nei piani d'azione locali non debbano essere ideati individualmente e in modo distinto ma, al contrario, debbano essere parte integrante di una **strategia di insieme**, ed essere correlati e coordinati in un tutt'uno coerente.

L'approccio integrato si rivela strategico ed indispensabile per raggiungere la **massa critica** (quantità minima) necessaria per il buon esito di un progetto. E' previsto che si agisca su diversi livelli di integrazione:

- **Integrazione degli operatori.** Ad esempio, la creazione di un prodotto o di un servizio che richiede la partecipazione di svariati operatori pubblici, privati o del mondo associativo.
- **Integrazione dei settori di attività**
- **Integrazione in una filiera territoriale** Utilizzo delle risorse esistenti nel territorio nell'intero processo di valorizzazione di un prodotto, di un servizio, di un progetto o di un tema specifico.

Questo approccio consente di intervenire attivamente su numerose problematiche comprese quelle sociali e di introdurre innovazioni nei processi produttivi in modo strategico per il territorio

Obiettivo generale che il GAL si pone è il **miglioramento della competitività del territorio**, ossia la capacità di fronteggiare la concorrenza garantendo al contempo la sostenibilità ambientale, economica, sociale e culturale con attività in rete e forme di articolazione sul territorio.

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

Gli obiettivi più specifici relativi alla pianificazione del programma locale sono:

- **superare gli approcci settoriali** e tematici coordinandoli in un'ottica trasversale degli interventi ed è proprio in questo caso che si rivela di particolare utilità ricorrere ad un tema catalizzatore. Per questo il GAL Montefeltro propone come obiettivo generale il ***"riappropriarsi e rendere visibile l'IDENTITA' del Montefeltro attraverso il processo della conoscenza, condivisione e marketing dei capitali territoriali coinvolti nello sviluppo integrato e sostenibile ed orientati al raggiungimento del ben-essere della popolazione"***
- **creare effetti sinergici** o favorire le sinergie già esistenti tra i soggetti e settori diversi;
- **migliorare l'efficienza generale del programma** di intervento e la fattibilità delle azioni individuali integrandole in un **processo collettivo**;
- **favorire l'adeguamento del settore agricolo** valorizzando la plurifunzionalità (collegamenti tra agricoltura e turismo, tra agricoltura e ambiente, ecc.).

L'accompagnamento e l'assistenza tecnica sono elementi chiave per garantire il successo dell'approccio integrato. A tale proposito il GAL Montefeltro ha incentrato il loro intervento su:

- **l'aspetto didattico** animazione sul campo e acquisizione di competenze, concertazione e consultazioni preliminari tra gruppi di interesse, instaurazione di un clima di lavoro

favorevole, consenso in merito agli obiettivi, partecipazione alla selezione dei progetti, diffusione dei risultati;

- **l'instaurazione di relazioni con le istituzioni interessate** (funzione di contatto e ampliamento della partnership locale);
- **l'adeguamento del quadro amministrativo e finanziario** (attività di pressione presso le amministrazioni, integrazione di varie fonti di finanziamento, ricerca di adeguate forme giuridiche).

L'approccio integrato e multisettoriale permetterà di far progredire la dinamica locale. Questo risultato si concretizza in particolare con:

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

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

3 QUADRO GENERALE DI COERENZA STRATEGICA

3.1 COERENZE CON IL PSR

Il PSL pone come obiettivo globale il *“riappropriarsi e rendere visibile l'IDENTITA' del Montefeltro attraverso il processo della conoscenza, condivisione e marketing dei capitali territoriali coinvolti nello sviluppo integrato e sostenibile ed orientati al raggiungimento del ben-essere della popolazione”*, in perfetta sintonia con quanto previsto dal PSR, che sviluppa il proprio asse III nella direzione di valorizzare il patrimonio rurale e di migliorare l'accesso e la qualità dei servizi per la popolazione. L'obiettivo di mantenere stabilmente la popolazione e di permettere anche alle popolazioni rurali un adeguato livello occupazionale e di qualità della vita, spingono le due programmazioni ad individuare processi ed interventi capaci di rispondere alle esigenze locali, ma mentre il PSR apre un ventaglio allargato di ipotesi d'intervento, il PSL in base alle proprie analisi socio-economiche, individua quali siano le azioni più pertinenti per far leva sui punti di forza espressi dal territorio, minimizzando le debolezze e scongiurando le minacce incombenti.

Il PSL individua tre assi strategici su cui operare nel territorio del GAL Montefeltro:

1) ***“rafforzare e qualificare l'offerta integrata territorio-turismo nel rispetto della tutela e valorizzazione del patrimonio diffuso”***

Tale linea risulta coerente con le scelte di riferimento del III asse in particolare con l'obiettivo di integrazione tra attività ed incentivazione delle varie forme di turismo rurale generando interconnessioni con le risorse endogene del territorio (ambientali, paesaggistiche, culturali storiche, legate alle tipicità ecc..);

2) ***“aumentare la capacità produttiva e di attrazione del territorio migliorandone la competitività e salvaguardando la sostenibilità ambientale”***

L'obiettivo del PSR volto alla creazione e/o al mantenimento di posti di lavoro anche attraverso azioni formative si incontra perfettamente con le previsioni strategiche del PSL;

3) ***“accrescere e consolidare il ben-essere della popolazione anche migliorando e favorendo nuovi servizi associati ed avanzati a favore dei centri rurali del territorio e della identità inclusiva”***

Il PSR declina una serie di azioni finalizzate al miglioramento della qualità della vita, al fine di garantire la permanenza della popolazione nelle aree interne attraverso la qualificazione dei servizi offerti.

Un dettaglio della coerenza tra le azioni strategiche messe a punto nel PSL e gli obiettivi espressi nelle misure previste dal PSR è riportato nella tabella matriciale che segue, nella quale si evidenziano le interconnessione tra i due programmi.

Coerenza tra misure PSR e obiettivi strategici PSL



3.2 COERENZE CON IL POR

Il Programma Operativo Regionale (POR) si divide nei seguenti obiettivi:

- Competitività regionale
- Occupazione

L'obiettivo competitività, del Programma operativo Fesr 2007/2013 è rivolto al rilancio della competitività del sistema produttivo regionale e si attua con:

- riqualificazione e riconversione dei sistemi produttivi,
- diminuzione dei fattori potenziali di rischio naturali e tecnologici,
- promozione del risparmio energetico,
- potenziamento delle dotazioni infrastrutturali e dell'accessibilità,
- incentivazione delle opportunità offerte dalla tecnologia dell'informazione e alla valorizzazione dei territori,

La strategia del POR, finalizzata al miglioramento della competitività del "sistema marche", può sintetizzarsi in due principi guida:

- fare sistema
- promuovere la diffusione dell'innovazione

Il PSL, in perfetta congruenza con il POR, propone il "sistema Montefeltro".

I temi proposti dal PSL, in linea con la strategia illustrata dal POR, completano e contestualizzano le azioni da questo proposte.

La azioni promosse dal POR riguardano:

- Asse 1 "Innovazione ed economia della conoscenza" per dotare il sistema produttivo marchigiano di una strumentazione dalla quale le imprese possano attingere mix appropriati alle loro caratteristiche e necessità.
- Asse 2 "Società dell'informazione" per dotare il sistema marchigiano degli strumenti ITC utili per l'innovazione tecnologica e l'incremento della competitività di sistema, con particolare riguardo alla struttura produttiva regionale;
- Asse 3 "Efficienza energetica e promozione delle energie rinnovabili" – per promuovere l'energia alternativa con l'obiettivo di diminuire la dipendenza della Regione da fonti energetiche non rinnovabili e migliorare l'efficienza energetica;
- Asse 4 " Accessibilità ai servizi di trasporto" per potenziare e qualificare la dotazione infrastrutturale del territorio e i servizi connessi, a servizio del sistema produttivo e del cittadino, come fattore condizionante per uno sviluppo territoriale equilibrato e sostenibile e come elemento strategico per il miglioramento della competitività del sistema Marche;
- Asse 5 "Valorizzazione dei territori" per lo sviluppo economico sostenibile del territorio sia attraverso la riduzione e il contenimento dei principali fattori di rischio ambientale presenti nel territorio regionale, sia mediante la valorizzazione delle risorse naturali e culturali presenti in quanto elementi potenziali allo sviluppo del turismo sostenibile.

Sintetizzando, fra gli elementi strategici del POR-FESR che presentano specifici aspetti di compatibilità e coerenza con il PSL, possono essere individuate le seguenti tematiche:

FESR	PSL	PSR
Le infrastrutture destinate a migliorare l'accessibilità (asse 4)	Azioni rivolte alla realizzazione di servizi essenziali per l'economia e la popolazione rurale	Mis. 3.2.1
Reti e servizi di telecomunicazione delle zone rurali (asse 2)	Creazione e sviluppo di micro-imprese anche turistiche finalizzate a promuovere l'economia e l'imprenditorialità	Mis. 3.1.2
Sviluppo di nuove attività economiche alternative all'attività agricola (Asse 1)	Azioni rivolte alla promozione di attività turistiche e valorizzazione e rinnovo dei villaggi rurali	Mis. 3.1.3 Mis. 3.2.2 Mis. 3.2.3
Sviluppo del turismo e della gestione dell'ambiente rurale (Asse 5)		

La strategia del PSL si pone in termini di assoluta integrazione e sinergia con la linea d'intervento del POR FESR Marche dedicata alla Valorizzazione del territorio nell'ambito dell'Asse 5, in particolare per quel che attiene la natura e la tipologia degli interventi che riguarderanno il recupero e riqualificazione dell'ambiente, dei beni storico-culturali, del paesaggio e in genere di tutti gli aspetti qualificanti del territorio al fine di proporre interventi di marketing d'area.

I progetti realizzati dal POR andranno ad operare su alcuni punti di debolezza individuati nell'area GAL e rappresenteranno un volano per gli interventi finanziabili con le risorse Leader, caratterizzati da un maggior grado di innovatività e non minor rilevanza economica.

Rispetto alle linee di intervento della programmazione POR FSE 2007-2013, la strategia del GAL si pone in termini di sicura ed ampia coerenza e complementarietà anche per quello che riguarda:

- Facilitazione all'accesso al credito delle imprese promosso nell'Asse 1 del POR (1.4). Il Piano, valutata la situazione contingente del contesto economico finanziario e di conseguenza la difficoltà delle imprese nel reperire risorse per investimenti di riqualificazione, ammodernamento, innovazione ed internazionalizzazione, propone di affiancare i possibili beneficiari stipulando con le banche ed altri organismi finanziari ed in particolare con Banca Marche, specifici accordi convenzionati;
- Facilitazione per l'innovazione delle imprese promossa dall'Asse 1 del POR (1.3). Il Montefeltro è dotato del polo di ricerca dell'Università di Urbino, nonché di imprese che dimostrano un'esperienza assodata nell'innovazione e nella ricerca applicata, particolarmente in alcuni compatti a forte valore aggiunto dove sono numerosi i casi di spin off di successo. Tale quadro non impedisce tuttavia il verificarsi di una situazione meno brillante a livello territoriale, in quanto sono ancora numerose le imprese che hanno difficoltà ad innovare e che non trovano sempre, nell'offerta regionale o nazionale, il riscontro necessario per lo svolgimento delle attività relative all'innovazione di prodotto o di processo nelle loro produzioni. Il piano si impegna in tal senso dando priorità a quei progetti che saranno in grado di coinvolgere il mondo universitario nel loro processo di rinnovamento.

Il Programma operativo FSE 2007/2013, per quello che riguarda l'obiettivo occupazione, si pone come obiettivo l'incremento della qualità del lavoro e sviluppa:

- Asse I Adattabilità; Accrescere l'adattabilità dei lavoratori, delle imprese e degli imprenditori. Promuovere l'innovazione organizzativa nei contesti lavorativi.
- Asse II Occupabilità: Ampliare la partecipazione e l'accessibilità al mercato del lavoro e migliorare la crescita sostenibile dell'occupazione.
- Asse III Inclusione sociale; Potenziare l'inclusione sociale delle persone svantaggiate e combattere le discriminazioni nel mercato del lavoro
- Asse IV Capitale umano; Innalzare la qualità delle risorse umane e l'efficacia del sistema di istruzione e formazione, rafforzare la competitività attraverso la conoscenza
- Asse V Trasnazionalità e interregionalità; Ampliare e rafforzare la rete nazionale e transnazionale di relazioni del sistema regionale di istruzione, formazione e lavoro

Anche in questo programma le attinenze con il PSL sono notevoli e le attinenze vanno ricercate:

FSE	Codice	Descrizione temi	PSL	PSR
Asse 1	62	Sistemi di sistemi e strategie; formazione imprenditori e lavoratori, apprendistato, spin-off aziendali,	Azione di formazione ed informative Animazione	Mis. 3.3.1 Mis. 4.3.1 Mis 4.2.1
	66	Orientamento scuole, percorsi per inserimento nel lavoro (tirocini, borse,..)formazione persone svantaggiate		
Asse 3	68	Sostegno al lavoro autonomo e avvio di imprese (consulenze, accompagnamento)	Cooperazione infrarregionale e	Mis. 4.3.1 Mis 4.2.1
Asse 4	72	Percorsi scuola-formazione-università-lavoro; azioni per qualificazioni di sistemi (certificazione competenze, accreditamento, ecc);cooperazione interistituzionale		
Asse 5	74	Formazione post-laurea per innovazione e trasferimento tecnologico alle imprese; reti tra Università e imprese; servizi e iniziative a supporto della PMI		

Nell'obiettivo occupazione come in quello formazione torna l'integrazione tra lavoro-scuole e università. Obiettivo perseguito dal PSL assieme alle azioni di qualificazione del personale addetto per l'implementazione della qualità del prodotto offerto sul mercato anche nell'ottica della trasferibilità delle conoscenze.

L'interscambio di esperienze nel piano di sviluppo sono riproposte oltre che nella formazione degli addetti anche nelle azioni di cooperazione infrarregionale e transazionale.

3.3 COERENZA CON LE PREVISIONI DEGLI STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE.

3.3.1 IL PIT (PIANO INQUADRAMENTO TERRITORIALE REGIONE MARCHE)

MOTIVAZIONI

L'Amministrazione Regionale delle Marche attraverso il Progetto *Piano di Inquadramento Territoriale - PIT* ha voluto dotarsi di uno strumento necessario per definire linee di sviluppo coerenti con le caratteristiche del territorio regionale, ponendo al centro delle scelte di sviluppo le esigenze dell'ambiente e la tutela e la valorizzazione delle risorse naturali, storiche, artistiche, con l'utilizzo di forme avanzate di concertazione interistituzionale.

OBIETTIVI

Gli obiettivi che stanno alla base dell'intervento sono da ricondurre alla promozione dell'animazione territoriale e all'intento di riorganizzare e riqualificare il territorio regionale al fine di:

- stimolare lo sviluppo solidale delle identità regionali;
- migliorare la qualità ambientale esistente e futura;
- facilitare l'inserimento dello spazio regionale nel contesto europeo;
- accrescere l'efficienza funzionale del territorio;
- ridurre gli squilibri infraregionali più gravi;
- assicurare efficacia e consensualità alle scelte del piano.

COERENZA TRA STRATEGIE DEL PSL E DEL PIT

Le linee strategiche del PSL si trovano in perfetta sinergia con quanto previsto al punto a) essendo questo proprio il tema-obiettivo del piano mentre i punti b), d) ed e) si intrecciano con quelli che sono gli assi strategici principali. Infine le azioni trasnazionali del PSL sono in simbiosi con l'obiettivo c) del PIT.

3.3.2 IL PTC (Piano territoriale di Coordinamento Provincia di Pesaro)

MOTIVAZIONI

L'Amministrazione provinciale di Pesaro-Urbino attraverso il *Piano di Territoriale di Coordinamento- PTC* ha voluto dotarsi di uno strumento necessario per definire linee le linee guida per le amministrazioni Comunali nella fase di adeguamento per propri strumenti di pianificazione (PRG) al PPAR.

OBIETTIVI

Costruzione di “quadro conoscitivo generale” sulle peculiarità e caratteristiche della realtà provinciale vista sotto gli aspetti socio-economici, ambientali ed insediativo infrastrutturali a supporto sia, dei “tavoli della concertazione programmatica interistituzionale”, sia per valutare, in sede di esame dei P.R.G., l'attendibilità e gli effetti a livello sovracomunale delle scelte urbanistiche significative formulate dai singoli comuni;

definizione di indirizzi generali di riferimento per la redazione dei P.R.G. al fine sia di garantire un livello minimo di comunicabilità dei linguaggi e di coerenza degli approcci metodologici, sia di sviluppare una cultura urbanistica locale condivisa e diffusa;

individuazione di “unità minime di riferimento intercomunale” finalizzate all'autocoordinamento urbanistico per le scelte che per dimensione e natura non si esauriscono all'interno dei singoli territori comunali e che comunque non assurgono a dimensione di rilievo provinciale;

proposizione della “matrice ambientale” di rilievo provinciale su cui concentrare non solo attenzioni di tutela passiva, ma sviluppare anche e soprattutto azioni e progetti di valorizzazione e riqualificazione;

proposizione di un “modello di organizzazione” delle reti dei collegamenti, dei poli e delle aree centrali sulla cui base misurare e calibrare nel tempo le scelte programmatiche strutturanti il territorio provinciale;

proposizione degli “scenari di riferimento” per il dimensionamento dei P.R.G. come contributo metodologico per proiettare le legittime aspirazioni di sviluppo insediativo verso ipotesi ragionevoli e motivate;

proposizione di procedure semplificate per l'approvazione degli strumenti urbanistici comunali tramite proposte di modifica della legge urbanistica regionale.

COERENZA TRA STRATEGIE DEL PSL E DEL PTC

Lo strumento provinciale è uno strumento di pianificazione e non tanto uno strumento di programmazione comunque gli obiettivi di tutela del paesaggio, delle risorse storiche, delle aree ambientalmente rilevanti, sono gli stessi che il PSL persegue come strategia di valorizzazione e conservazione delle risorse territoriali.

3.4 COERENZA CON GLI ALTRI STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE REGIONALE

3.4.1 PIANO PER IL CLIMA REGIONE MARCHE

I cambiamenti climatici rappresentano una minaccia globale che sta già provocando tragiche conseguenze sia economiche che in termini di vite umane. La causa riconosciuta dagli scienziati è quella del surriscaldamento del pianeta per via dell'aumento dei gas serra, le cui fonti di emissione provengono principalmente dalle attività umane. Con il Protocollo di Kyoto quasi tutti i Paesi (solo Stati Uniti e Australia i grandi assenti) si sono impegnati a ridurre le

emissioni; l'Italia si è impegnata a ridurle del 6,5% rispetto a quelle del 1991 nell'arco temporale 2008-2012. Nello stesso giorno in cui è entrato in vigore tale l'accordo (16 febbraio 2005), la Regione Marche ha approvato il Piano Energetico Ambientale Regionale, indicando precise strategie per la produzione e il consumo in campo energetico nel rispetto degli obiettivi di Kyoto.

Lo schema di piano regionale approvato con DGR n. 865 del 1/08/2007, configura un piano sui cambiamenti climatici molto operativo con l'obiettivo di rendere più incisive le politiche di mitigazione dei cambiamenti climatici fin qui adottate nell'ottica della piena complementarietà con la programmazione dei fondi strutturali e dei vari piani di settore a sostenere una politica efficace e condivisa tra le istituzioni (Regione, Enti locali, Università e Centri di ricerca) e la società civile (cittadini, imprese). L'individuazione di specifiche misure di adattamento è stata rinviata ad una seconda fase, al fine di far propri gli esiti del dibattito europeo e nazionale in materia. Il pacchetto di misure proposte si pone l'obiettivo di ridurre le emissioni di CO₂, agendo sui settori maggiormente responsabili e si articola in 5 assi.

OBIETTIVI

1. Approfondire la conoscenza delle maggiori criticità connesse agli effetti del cambiamento climatico;
2. Adeguare la gestione delle risorse idriche al cambiamento climatico;
3. Rispondere all'impatto dei cambiamenti climatici sull'agricoltura;
4. Mettere in sicurezza le coste della regione Marche, adeguando le regole urbanistiche sulla linea di costa, ripensando le reti di trasporti e la localizzazione di impianti di produzione di energia in relazione alla variazione della linea di costa;
5. Rispondere all'atteso aumento della frequenza e gravità degli eventi estremi, sistemando e rimettendo in sicurezza le aree a maggior rischio idrogeologico;
6. Pensare alla montagna, incoraggiare un turismo legato alle patrimonio naturalistico;
7. Inserire nelle politiche sociosanitarie la variabile dei nuovi rischi collegati al clima;
8. Mettere a punto un sistema ancora più efficiente di early warning meteo climatico, nelle aree a maggior rischio di alluvione e frane;

COERENZA CON IL PSL

Le azioni che il Gal andrà a realizzare sono in armonia con gli obiettivi definiti dal piano regionale. In particolare un fattivo contributo potrà essere attinto dalle misure dedicate al turismo naturalistico e agli incentivi verso il mantenimento delle attività agricole nell'ottica di incentivare e potenziare l'azione di manutenzione del territorio.

3.4.2 PIANO ENERGETICO AMBIENTALE REGIONALE (PEAR MARCHE)

Tre sono gli assi principali e costitutivi del PEAR:

- **risparmio energetico** tramite un vasto sistema di azioni diffuse sul territorio e nei diversi settori del consumo, soprattutto nel terziario e nel residenziale. Strumenti attivabili: campagne di sensibilizzazione ed informazione; programmi di incentivazione agili e significativi caratterizzati da semplicità burocratica nonché da sistematicità e continuità degli interventi;
- **impiego delle energie rinnovabili** con particolare riferimento all'*energia eolica* ed alle *biomasse* di origine agro-forestale anche per la produzione di *biocarburanti*. Per quanto riguarda l'*energia solare* il suo ruolo strategico verrà sottolineato rendendone sistematico lo sfruttamento in edilizia;

• **ecoefficienza energetica** con particolare riferimento ai sistemi distrettuali delle imprese, ad una forte e diffusa azione di innovazione tecnologica e gestionale, alla produzione distribuita di energia elettrica ed energia termica presso consistenti bacini di utenza localizzati in numerose valli marchigiane e lungo la fascia costiera.

In generale l'impostazione del PEAR si ispira alle logiche della riduzione del prelievo di risorse naturali, dell'utilizzo innovativo delle energie rinnovabili, di una forte dose di innovazione tecnologica e gestionale soprattutto nel settore industriale.

SFRUTTAMENTO DELLE ENERGIE RINNOVABILI

B1. Le biomasse di origine agro-forestale possono garantire una quota significativa del fabbisogno energetico ed offrire nuove opportunità all'agricoltura regionale. Si tratta però di innescare una filiera agro-energetica che permetta di concentrare in ambiti territoriali ristretti (la valenza ambientale ed economica delle biomasse si esplica compiutamente solo se produzione ed utilizzo sono concentrati nel raggio di qualche decina di chilometri) l'offerta di biomasse (provenienti da colture dedicate e da residui agro-forestali) e la relativa domanda (per la produzione di energia elettrica e termica e per l'impiego di biocombustibili). Si cercherà di incentivare la realizzazione del circolo virtuoso che concentra nello spazio e nel tempo la domanda e l'offerta di biomasse attraverso la promozione dell'utilizzo integrato degli strumenti di pianificazione agricola (Politica Agricola Comunitaria, Piano di Sviluppo Rurale, Leggi Regionali), degli strumenti di pianificazione energetica (PEAR, certificati verdi) e di provvedimenti ad hoc (accordi quadro, accordi di programma).

B2. L'energia eolica potrebbe portare un contributo non trascurabile ma sul suo sfruttamento pesano parecchi dubbi e perplessità. Si è cercato di individuare in modo oggettivo se esistono aree vocate allo sfruttamento dell'energia eolica sia al largo delle coste che sui rilievi della regione, eseguendo dapprima una valutazione sistematica della risorsa vento per poi prendere in esame i vincoli che rendono non idonei alcuni siti. Il risultato di questa indagine sistematica è la predisposizione di una serie di requisiti tecnici che i siti debbono possedere per poter alloggiare un impianto eolico. La conclusione è che esistono in regione un certo numero di siti (sia off-shore che sulla terraferma) che tecnicamente sono idonei ad ospitare centrali eoliche con soddisfacente producibilità e ridotto impatto ambientale. Tali siti, soprattutto quelli delle aree interne, quando privi di vincoli naturalistici e paesaggistici, vanno già da oggi considerati un patrimonio delle comunità locali, funzionali al loro benessere socioeconomico; dei relativi investimenti e positivi effetti le stesse comunità devono poter essere protagonisti primari.

B3. Le altre fonti rinnovabili non sembrano allo stato capaci di influire significativamente, nello scenario temporale di riferimento, sul bilancio energetico regionale, vuoi per oggettiva scarsa disponibilità residua (idroelettrico) vuoi per i costi troppo elevati dell'energia prodotta allo stato dell'arte della tecnologia (solare fotovoltaico). Un accento strategico sull'impiego dell'energia solare è però riservato alla sua integrazione nell'edilizia, per la quale si rimanda agli interventi già citati e alla modifica del regime di sostegno attraverso l'agevolazione finanziaria ai produttori fotovoltaici del conferimento in rete dell'energia prodotta.

COERENZA CON IL PSL

Possono costituire una grande risorsa sia in termini di bio-masse che come siti qualificati per lo sviluppo dell'eolico. Si tratta chiaramente di far convivere le necessità con soluzioni che non diventino problematiche per quelle che sono le caratteristiche di eccellenza dei nostri paesaggi, del nostro sistema naturale dei nostri prodotti.

Certamente anche nel Montefeltro il problema del fabbisogno energetico è un problema sentito, come anche rilevato nell'analisi socio-economica, siamo importatori di energia con un trend in aumento. Le iniziative che il PSL promuoverà saranno da una parte monitorate

perchè risultino a forte finalità di sostenibilità e compatibilità ambientale, dall'altra potranno assumere anche caratteristiche puntuali di risposta alla necessità di sviluppo di energia rinnovabile. Il territorio ha già dato alcune risposte in tal senso, ma risultano episodiche e non coordinate. Il piano cercherà di "far luce" con indizi condivisi e concertati tra le amministrazioni volti alla creazione di un "piano regolatore territoriale dell'energia", capace di codificare luoghi e compatibilità e permettere di rispondere alle opportunità che sono già presenti o che si affacceranno sul versante dei finanziamenti di settore. Altre iniziative che il piano finanzierà saranno rivolte all'individuazione e lo studio dei "costi passivi dell'energia" da parte delle pubbliche amministrazioni, Tale impegno potrà essere dapprima limitato ad indagine pilota, poi esteso a tutto il territorio con l'individuazione anche di cantieri pilota di intervento.

3.4.3 PIANO FORESTALE REGIONE MARCHE

"Attuare una gestione attiva sostenibile dei boschi e del comparto forestale, anche per garantire lo sviluppo del comparto stesso e prospettive occupazionali al settore". Lo ha dichiarato Paolo Petrini, assessore all'agricoltura e forestazione della Regione Marche, dopo la predisposizione della proposta del nuovo piano forestale regionale. Alla ripresa dell'attività istituzionale lo strumento di programmazione sarà poi sottoposto alla concertazione con le parti sociali.

Gli obiettivi del piano:

- la gestione attiva sostenibile delle risorse forestali, per rilanciare, anche attraverso il sostegno pubblico, il comparto forestale e le funzioni delle foreste;
- protezione del suolo e delle acque;
- produzione di biomasse ad uso energetico e prodotti legnosi e non legnosi di pregio;
- paesaggio, ambiente, turismo ed educazione ambientale.

COERENZA CON IL PSL

Il piano prevede dieci azioni chiave finalizzate all'esaltazione delle funzioni pubbliche e private dei boschi; particolare attenzione avranno gli interventi selvicolturali per la difesa della biodiversità dalle avversità climatiche da parte delle foreste. A ciò si aggiungono interventi specifici di prevenzione degli incendi boschivi e di ricostituzione del potenziale silvicolo danneggiato da incendi e dissesti.

Anche per tale settore il PSL sviluppa impegni in armonia con le finalità del piano regionale volendo radicare da una parte il rispetto della risorsa "bosco" e volendo comunque trarre sviluppo dalla risorsa stessa sia in termini agro-forestali, sia in termini paesaggistici, sia in termini turistici che energetici.

3.4.4 PIANO BENI CULTURALI REGIONE MARCHE

La L.R. 75/1997 (*Finanziamento dei programmi annuali per i beni e la attività culturale*), principale legge di programmazione del settore cultura, risulta oggi superata, poiché si sta lavorando per la predisposizione del nuovo Testo Unico o di nuove proposte di legge per i beni e le attività culturali. Per questo motivo la Regione Marche non ha proceduto con la predisposizione e con l'emanazione del un nuovo piano triennale previsto dalla legge in seguito alla scadenza di quello attualmente vigente (2005/2007). Pertanto si è prevista la

proroga del Piano triennale vigente aggiornandone però obiettivi e criteri con un programma annuale – relativo all’anno 2008 – redatto ai sensi dell’art. 4 della L.R. 75/1997 per adeguare il principale strumento di programmazione regionale alle nuove politiche e al nuovo contesto programmatico

Obiettivi generali

a) Misure di intervento nel settore delle attività culturali:

Di seguito gli obiettivi generali sopraelencati vengono riproposti come misure operative di intervento e descritti con maggiore analiticità sia nelle loro motivazioni che negli obiettivi specifici che si intendono perseguire.

Le misure sono distinte nei due ambiti dei beni e delle attività culturali, questo nella considerazione che i due settori pur interdipendenti e collegati, sono governati da dinamiche molto diverse e, per quel che riguarda l’organizzazione regionale, affidati a due diverse strutture funzionali.

Le misure di intervento previste per il settore delle attività culturali sono:

- Sostegno allo spettacolo e riordino del sistema
- Sviluppo di azioni a favore dei teatri nei piccoli comuni
- Promozione e valorizzazione dell’arte e della cultura contemporanea
- Promozione di eventi espositivi di rilievo per lo sviluppo dei territori

b) Misure di intervento nel settore dei beni culturali

Le misure di intervento previste per il settore dei beni culturali sono:

- Promozione e sostegno del Museo Diffuso
- Sostegno all’organizzazione bibliotecaria e archivistica regionale

Obiettivi a regia regionale:

- Incentivazione dell’organizzazione del sistema “a reti” (provinciali, subprovinciali o tematiche) di dimensioni e caratteristiche tali da conseguire la soglia di efficienza finanziario-gestionale delle strutture e l’ottimizzazione nell’erogazione dei servizi.
- Innovazioni di processo e di prodotto nella comunicazione dell’offerta culturale e turistica, correlati anche alla valorizzazione e promozione dei territori interessati.
- Interventi di progressivo potenziamento dei “musei” (quali istituti culturali preposti all’erogazione di servizi secondo specifici standard dotazionali e prestazionali) e in particolare:
 - a) sostegno alle azioni finalizzate all’impiego lavorativo di operatori formati e del personale qualificato;
 - b) interventi di adeguamento strutturale (impiantistica, attrezzature tecnologiche, arredi, ecc...)

COERENZA CON IL PSL

La Regione Marche assume il “Progetto Museo Diffuso” quale azione prioritaria di riferimento su cui convogliare le diverse progettualità del territorio, finalizzata a sviluppare e sperimentare modelli pilota di gestione del patrimonio e della produzione culturale, attraverso la realizzazione di progetti territoriali integrati che mettano in relazione i beni ed i luoghi del museo diffuso con le realtà economiche e produttive del territorio, integrando l’offerta culturale con le risorse ambientali, turistiche, produttive, enogastronomiche all’interno di sistemi articolati di beni e servizi. Tale obiettivo risulta essere coincidente con le strategie del GAL, che in tal senso si è già mosso nella programmazione di Leader+, realizzando un puntuale ed approfondito studio sui beni culturali al fine di verificare la fattibilità di strategie di rete nella gestione e promozione dell’articolato panorama nel Montefeltro.

Il GAL definisce come strategico il settore dei beni storico-culturali, affidando ad esso una funzione che, integrata con i beni ambientali e con la vocazione turistica dell'area, potrà costituire il sistema base dello sviluppo socio-economico del Montefeltro. Sono quindi perfettamente in linea con le azioni di sviluppo del GAL tutti gli obiettivi sia di valenza regionale che provinciale.

3.4.5 PIANO TELEMATICO REGIONE MARCHE

La diffusione della banda larga quale fattore di inclusione sociale, sviluppo economico e globalizzazione. E' il tema al centro delle politiche di innovazione della Regione Marche, già dal 2002 impegnata in una massiccia diffusione delle infrastrutture di telecomunicazione a banda larga. Principale sforzo della Regione è infatti la riduzione degli squilibri territoriali con particolare riferimento al digital divide infrastrutturale, di cui soffrono maggiormente le aree collinari e montuose del territorio. Per questo la Regione ha di recente predisposto il primo Piano Telematico Regionale per lo sviluppo della Banda Larga ed il superamento del Digital Divide" che conta su un investimento pari a 48 Milioni di Euro.

Obiettivi

Primo traguardo che la Regione intende raggiungere è l'eliminazione del digital divide entro il 2010, puntando a rendere disponibile al 100% dei cittadini, delle pubbliche amministrazioni e delle imprese marchigiane l'accesso a banda larga, con un livello di servizio base di almeno 4 Mega bit. Strumento attuativo di tale intervento l'"Accordo di Programma per lo sviluppo della banda larga sul territorio della Regione Marche" sottoscritto il 14 Marzo scorso dal Ministro delle Comunicazioni Paolo Gentiloni e il Presidente della Regione Marche Gian Mario Spacca.

Secondo obiettivo del Piano è quello di garantire a tutta la popolazione del territorio, entro il 2012, una disponibilità di accesso pari a 20 Mega bit.

COERENZA CON IL PSL

Particolare attenzione viene dedicata dal PSL alle azioni volte a ridurre il gap informatico di imprese e abitanti del Montefeltro ritenendo strategico l'utilizzo di tali infrastrutture per permettere al territorio di avere competitività.

3.4.6 PIANO PER GLI IMMIGRATI REGIONE MARCHE

L'immigrazione straniera nelle Marche costituisce ormai un dato strutturale imprescindibile per le politiche sociali, visto il rilevante radicamento assunto non solo nei numeri crescenti delle presenze, ma soprattutto nelle forme. Si è passati da un'immigrazione composta prevalentemente da individui ad una caratterizzata dalla forte presenza di nuclei familiari, con effetti visibili sia nell'ambito scolastico che nell'accesso ai servizi sociali e sanitari.

La strategia del provvedimento è quella di assicurare ai soggetti non appartenenti all'UE un inserimento non conflittuale nella società marchigiana e l'accesso ai servizi. Sostenere l'integrazione degli immigrati regolarmente soggiornanti, costruire relazioni positive con i cittadini italiani, tutelare le differenze, assicurare pari opportunità di accesso ai servizi, prevenire situazioni di emarginazione, significa governare in modo responsabile il territorio.

Obiettivi

- Integrazione, intercultura e scuola;
- Accesso all'abitazione;

- Centri di prima e seconda accoglienza;
- Centri di servizio e sportelli informativi per immigrati, associazionismo;
- Progetti sperimentali e pilota.

COERENZA CON IL PSL

L'area GAL è caratterizzata da consistenti flussi migratori con saldo positivo grazie soprattutto alle presenze di extracomunitari. Tali flussi rispondono alla capacità attrattiva di un territorio capace di dare lavoro e buona qualità della vita, ma al contempo possono generare fenomeni di scarsa integrazione e di tensioni sociali. Il PSL dispone nell'asse strategico dedicato al "ben-essere" locale di contribuire a dare risposte concrete soprattutto in termini di assistenza alla creazione di microimprese economiche o commerciali. Si ritiene così di essere in coerenza e complementarietà con il piano regionale.



4 COMUNICARE INFORMARE COINVOLGERE

4.1 COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE E PATRIMONIO D'IMMAGINE

Attraverso la comunicazione il GAL fornisce al proprio territorio l'insieme delle informazioni qualitative e quantitative sulle proprie caratteristiche e sulle opportunità offerte dalla propria azione di sviluppo, sia nella fase di formazione del piano sia in quella di esecuzione.

La condivisione delle informazioni costituirà la condizione base per le decisioni di adesione degli enti, delle associazioni, delle imprese e della popolazione, alla filosofia delle linee strategiche e, a seguire, alle iniziative proposte.

Non si vuole però offrire soltanto una informazione di prodotto, bensì costituire un **“patrimonio d'immagine”** che attribuisce valore alle componenti del territorio.

Sul piano operativo la rilevanza del patrimonio d'immagine di un'area si manifesta in due effetti fondamentali:

- lo sviluppo negli utenti potenziali di una sensibilità positiva verso alternative di prodotto-territorio offerte.
- la spontanea assunzione da parte degli attori interni del ruolo di ambasciatori del territorio presso l'esterno, rafforzando così l'immagine dell'identità.

L'attività di informazione sarà svolta con l'obiettivo di muoversi su tre differenti livelli di interesse:

Il riconoscimento - deriva dalla disponibilità di un certo insieme d'informazioni su elementi tangibili e intangibili che caratterizzano l'offerta territoriale.

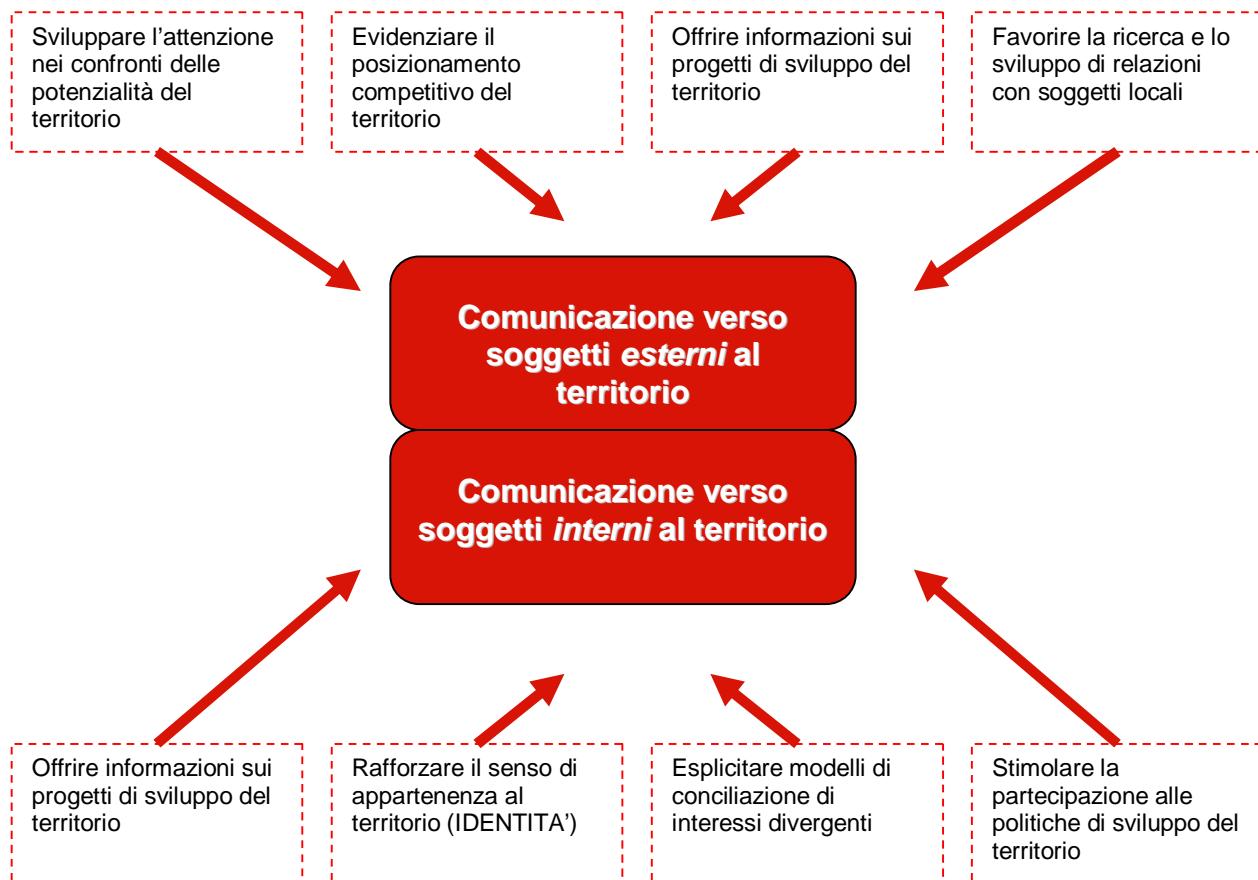
In funzione della notorietà già acquisita dal luogo, l'azione di sostegno al riconoscimento è volta a rafforzare un posizionamento già in qualche modo percepito dalla domanda target; oppure si propone di collocare il luogo in questione tra le alternative.

L'adesione - è un'attitudine più intensa e richiede una comunicazione più complessa, in cui il contenuto informativo è basato sull'attenta valutazione degli elementi che determinano le attese della domanda obiettivo.

In questo senso l'adesione consiste nel manifestarsi, nella coscienza dell'utente, di un accordo sostanziale tra i suoi bisogni e i contenuti materiali e immateriali dell'offerta territoriale, oggetto della comunicazione.

L'azione - è la fase in cui, raggiunto un certo grado di adesione, la comunicazione spinge la domanda obiettivo ad agire. E' quindi una comunicazione volta a sviluppare l'azione dell'utente target, più operativa e focalizzata.

L'azione d'informazione si svolgerà sia sul piano esterno che su quello interno al territorio con obiettivi-risultati sintetizzati nello schema che segue.



4.2 L'AGENTE DI SVILUPPO: COINVOLGIMENTO DEL PARTENARIATO

Il GAL Montefeltro intende utilizzare, per le attività di coinvolgimento del partenariato, qualcosa in più di un animatore territoriale, bensì un vero e proprio Agente di Sviluppo, che opererà durante tutta la fase di programmazione e realizzazione della prossima azione Leader. La figura dell'Agente di sviluppo interpreta lo spirito delle politiche dell'Unione Europea collegate ad Agenda 2000 nel quale l'approccio Bottom-Up è alla base della programmazione e progettazione comunitaria ed in modo particolare dell'azione LEADER. Un impulso in questo senso è arrivato dall'Unione Europea, che ha indicato in questo tipo di figure uno dei presupposti più importanti per il raggiungimento di obiettivi fondamentali, quali il coinvolgimento di una base sociale estesa nella definizione delle priorità di sviluppo, il raccordo e la gestione delle varie reti (formali e informali) di attori locali, la crescita delle capacità progettuali, in senso innovativo, di un territorio.

Tale Agente verrà individuato, selezionato, ed eventualmente formato, in collaborazione con l'Università degli studi di Urbino. Le funzioni che saranno richieste saranno non soltanto di animazione territoriale, ma anche di coordinatore dello sviluppo territoriale come meglio descritto nel seguito. Si intende inoltre agire applicando le modalità ESAW, un metodo che consente di promuovere il dibattito e la partecipazione e che risulta particolarmente efficace in contesti locali, in cui è estremamente semplice associare ai problemi chi ha la responsabilità di risolverli.

CHI È L'AGENTE DI SVILUPPO

L'Agente di sviluppo sarà un esperto in grado di gestire un intero ciclo di progetto collegato alle politiche di sviluppo locale per conto e in stretta collaborazione tra il GAL, le Amministrazioni locali, le associazioni, le imprese, i cittadini.

Dalla raccolta delle idee progetto, al reperimento e alla programmazione delle risorse, alla gestione delle reti, del progetto e del suo monitoraggio, l'agente di sviluppo svolgerà una serie di attività che possono essere così riassunte nella seguente definizione: da un profilo di mero animatore territoriale, di agitatore della domanda sociale, ad una figura di manager dello sviluppo, con forti connotazioni sul versante del problem solving e del project management.

La specifica professionalità dell'Agente di sviluppo risiede nella sua capacità di fare squadra, di integrare i forti bisogni locali nella:

- conoscenza delle dinamiche socioeconomiche che regolano lo sviluppo locale;
- capacità di gestire il ciclo del progetto (soprattutto per i progetti europei e per quelli derivanti dalla concertazione locale) con particolare attenzione al suo monitoraggio;
- capacità di individuare le possibili risorse interne al sistema locale ed esterne ad esso (finanziamenti europei, nazionali, regionali) che possano permettere la realizzazione del programma di sviluppo locale ed entrare in sinergia con esso;
- capacità di governare amministrativamente le azioni e i progetti di sviluppo locale.

QUALE ATTIVITÀ SVOLGE

L'attività dell'Agente di Sviluppo si attua attraverso la costituzione di un ufficio di progetto e attraverso la costruzione di una rete di relazioni interne ed esterne al GAL, in modo da poter affrontare e risolvere ogni problema tecnico e programmatico che si dovesse porre nel corso dell'azione.

L'agente di sviluppo lavora in stretto contatto con il livello tecnico (direttore) e politico (presidente e consiglio di amministrazione) del GAL e cura, in particolare, i rapporti con le altre istituzioni (superiori o inferiori) che sono coinvolte nel progetto di sviluppo locale. La sua attività si svolge attraverso una serie di fasi volte al raggiungimento dei seguenti risultati:

- condivisione della programmazione per lo sviluppo locale e compartecipazione alla valutazione dei progetti e delle idee progetto presenti;
- aggiornamento e integrazione del PSL anche attraverso l'orientamento e acquisizione di altre fonti di finanziamento;
- coordinamento della strategia di progettazione delle attività e reperimento di eventuali compartecipazioni;
- controllo dei progetti e loro monitoraggio di esecuzione.

Esaminiamo nel dettaglio le singole azioni.

A. Animazione territoriale

L'attività di animazione territoriale costituisce una delle componenti fondamentali delle azioni dell'agente di sviluppo.

Con il termine di animazione territoriale si vogliono indicare tutte quelle attività necessarie alla costruzione del consenso in grado di predisporre il terreno tra gli attori locali sugli aspetti condivisi della realtà locale.

L'animazione territoriale si espliciterà nelle seguenti funzioni:

- ascolto, tramite interventi di ricerca e di azione, delle istanze dei soggetti locali;
- stimolo presso gli operatori economici e le loro rappresentanze per la definizione dei progetti imprenditoriali;

- sensibilizzazione delle istituzioni locali riguardo le opportunità di partenariato e di risorsa economica;
- promozione dei comportamenti partecipativi nella definizione dei progetti di sviluppo;
- raccordo con le istituzioni per la gestione degli strumenti di programmazione negoziata.

Tali funzioni costituiscono di fatto la “mission” dell’agente di sviluppo che avrà il compito di promuovere l’iniziativa a livello territoriale, di stimolare la presentazione delle azioni, di svolgere un’azione di raccordo a livello istituzionale e di accompagnare da un punto di vista tecnico l’elaborazione dei documenti di concertazione e programmazione e di risposta ai bandi.

Nello specifico l’attività di animazione segue un preciso programma di lavoro con l’obiettivo di:

- illustrare ai diversi soggetti del territorio la metodologia e le opportunità del programma di sviluppo del GAL;
- censire la disponibilità dei progetti territoriali a partecipare a progetti di concertazione di sviluppo locale;
- evidenziare le problematiche socio-economiche che caratterizzano lo sviluppo dell’area;
- verificare i livelli di accordo e di consenso dei soggetti rispetto ai temi chiave dello sviluppo;
- censire gli interessi e le strategie dei soggetti economici operanti sul territorio;
- verificare le ipotesi di perimetrazione dell’area del programma di sviluppo in funzione degli interessi locali;
- suggerire correttivi alle linee programmatiche e alle azioni del PSL

Tutta l’attività di animazione sarà costantemente condotta con l’interscambio di informazioni tra amministrazioni, associazioni e gruppi di interesse. A tale scopo il GAL chiederà la nomina di un responsabile da parte di ogni soggetto territoriale portatore di interessi collettivi.

B. Accompagnamento alle attività di concertazione

L’analisi dei problemi e dei fattori strategici dello sviluppo derivante dal racconto degli attori locali, permette all’Agente di sviluppo di svolgere una funzione di tutor della concertazione.

Nel corso di tale attività l’Agente deve:

- individuare i possibili punti di contatto tra le diverse strategie di sviluppo;
- prospettare agli attori le tappe intermedie sulle quali far convergere il programma di sviluppo locale;
- porre su basi razionali eventuali conflitti appianando tutte le tensioni senza negare le ragioni che sono all’origine.

C. Promozione dei progetti

La definizione dei progetti di massima consente di sviluppare un’ulteriore campagna di iniziative promozionali nel territorio, un vero e proprio programma di marketing territoriale in grado di raccogliere le manifestazioni di interesse e di censire le possibili azioni d’intervento:

- partecipare a promuovere con le istituzioni centrali e locali tutte le azioni di informazione utili a verificare l’iter procedurale per l’avvio del programma di sviluppo;
- promuovere con le associazioni di categoria e le parti sociali specifici gruppi di lavoro volti a verificare le proposte di intervento.

COMPETENZE PROFESSIONALI

Ma quali competenze professionali deve possedere un agente di sviluppo? Quale tipo di esperienza deve aver maturato? Quali corsi di aggiornamento professionale deve frequentare?

Tutte domande che non possono e non devono trovare un’unica e precisa risposta, se si vuole evitare il rischio di cadere in banalità. Infatti, seppur in assenza di un titolo di studio specifico, un Agente di sviluppo non deve solo possedere una formazione tipo sociologico (come per il passato), ma deve disporre di quelle

competenze economico-amministrative che mutuate dalle discipline manageriali rendono la sua azione più efficace e certa.

La selezione dell' Agente di sviluppo verrà orientata a verificare che possieda:

- un approccio culturalmente aperto ai problemi dello sviluppo locale ;
- una specifica conoscenze sull'utilizzo delle risorse derivanti dai fondi strutturali dell'Unione Europea;
- una elevata capacità di comunicazione

4.3 IL METODO EASW

L'European Awareness Scenario Workshop, noto anche con l'acronimo EASW, è un metodo nato in Danimarca finalizzato alla ricerca di un accordo fra i diversi gruppi di portatori di interessi in ambito locale con l'obiettivo del raggiungimento di una definizione consensuale di città sostenibile.

Il campo d'applicazione originale è quello dell'urbanistica partecipata, ma in seguito il metodo è stato utilizzato in ambiti diversi, tra cui lo sviluppo locale.

Un EASW serve a stimolare la partecipazione democratica delle scelte legate al miglioramento delle condizioni di vita nelle comunità. Consente ai partecipanti di scambiarsi informazioni, discutere i temi ed i processi che governano lo sviluppo tecnologico e l'impatto delle tecnologie sull'ambiente naturale e sociale, stimolandone la capacità di identificare e pianificare soluzioni concrete ai problemi esistenti. La metodologia EASW si è rivelata particolarmente adatta a:

- incoraggiare il dialogo e la partecipazione delle diverse componenti della società;
- creare una relazione equilibrata tra ambiente, tecnologia e società;
- consentire uno sviluppo sostenibile nel rispetto dei bisogni e delle aspirazioni dei membri di una comunità locale.

A livello pratico la metodologia EASW si articola in tre fasi fondamentali:

- 1) lo sviluppo di scenari;
- 2) la mappatura degli stakeholder e organizzazione locale;
- 3) il workshop EASW – sviluppo delle visioni ed elaborazione di idee.

Le prime due fasi sono preparatorie al workshop e coinvolgono generalmente un gruppo ristretto di partecipanti, per lo più tecnici ed esperti sul tema trattato. Obiettivo, da un lato elaborare scenari ipotetici tenendo conto di due principali dimensioni relative a "come" saranno risolte le situazioni locali e su "chi" dovrà occuparsene, dall'altro identificare gli attori chiave che prenderanno parte al workshop, all'interno di quattro categorie: amministratori/politici; tecnici/experti; settore economico; società civile.

4.4 LE AZIONI DI ANIMAZIONE E DI PARTECIPAZIONE GIA' SVOLTE

Al fine di individuare e condividere con tutti gli attori territoriali esigenze ed aspettative per la nuova programmazione, il Consiglio del GAL Montefeltro ha dato avvio al dibattito già nella prima metà dell'anno 2007 portando la discussione anche fuori sella la società facendosi promotore di una serie di incontri nel territorio.

Sono stati realizzati quattro incontri presso le sedi delle quattro Comunità Montane dell'area GAL che hanno coinvolto amministratori, associazioni, operatori secondo il seguente calendario;

23 LUGLIO 2007 Sede della Comunità Montana del Montefeltro; n.20 partecipanti

27 LUGLIO 2007 sede della Comunità Montana del Catria e Nerone; n.10 partecipanti



30 LUGLIO 2007 sede della Comunità Montana dell'Alto e Medio Metauro; n.20 partecipanti

1 AGOSTO 2007 sede della Comunità Montana dell'Alta Valmarecchia; n.14 partecipanti

Le "parole chiave" su cui si è invitato i partecipanti a confrontarsi sono state:

- identità,
- ambiente,
- nuove tecnologie legate all'energia,
- innovazione,
- arte/cultura,
- enogastronomia.

Le principali indicazioni emerse durante gli incontri sono state:

- concentrazione dei fondi in poche azioni di interesse generalizzato creando reti multisettoriali;
- lavorare attivamente sulla gestione ambientale al fine di valorizzare e conservare le risorse naturali (acqua, energie alternative, ecc...);
- messa a sistema del complesso dei beni storico-culturali;
- trasformazione del GAL in Agenzia di Sviluppo al fine di affiancare enti locali, associazioni e imprese nella formulazione di strategie e progetti di sviluppo;
- attuare azioni che favoriscano la creazione di impresa con l'obiettivo di promuovere il "sistema Montefeltro".

Il dialogo iniziato nel 2007 è stato portato avanti tra le parti politiche e sociali del territorio fino all'avvio delle procedure di selezione della nuova programmazione LEADER.

Nel 2008 si sono aperti tavoli di lavoro per le consultazioni finalizzati all'individuazione delle linee strategiche da formulare per la partecipazione al nuovo bando LEADER.

Agli incontri organizzati per tavoli tematici nelle giornate del 21 e 22 ottobre 2008, sono stati nell'ordine invitati:

TAVOLO N.1 - Attori del turismo e delle cooperative sociali - presenti n.9 partecipanti

- Confederazione Italiana Esercenti
- Associazione Commercio Turismo e Servizi (Confcommercio)
- TELE 2000
- Consorzio "Urbino e il Montefeltro"
- CPM Consorzio Pulizie Manutenzioni Società Cooperativa

Durante i lavori è emersa l'importanza del settore turistico e delle botteghe nello sviluppo economico del territorio. Territorio che però va prima promosso in maniera unitaria come sistema del Montefeltro.

Nel turismo è necessario creare un valore aggiunto mediante la qualificazione delle strutture ricettive sia nel campo dei servizi (conoscenza lingue da parte degli operatori, realizzazione materiale informativo del territorio, ecc...) che nella qualità dell'offerta strutturale (creazione di strutture per turismo in mountain-bike, equestre, escursionistico, ecc). Un'ulteriore valorizzazione potrebbe derivare dall'incentivazione nelle strutture dell'uso di fonti di energia rinnovabili con sensibilizzazione per le tematiche ambientali

Un elemento fortemente rappresentativo del territorio sono le eccellenze tra quei prodotti che trovano nelle "botteghe" il miglior manifesto pubblicitario. E' quindi forte l'esigenza di creare delle "vetrine" in punti strategici del territorio, come già fatto con le Botteghe del Montefeltro ad Urbino, per dare maggior visibilità a queste realtà.

TAVOLO N.2 - Attori del mondo agricolo - presenti n.10 partecipanti

- Confederazione Italiana Agricoltori (CIA)
- Federazione Provinciale Coldiretti
- Unione Provinciale Agricoltori
- Associazione Provinciale Allevatori



L'agricoltura e l'allevamento rappresentano realtà importanti sia dal punto di vista economico che per l'azione di presidio e tutela che esercitano sul territorio. Ma questi settori vivono uno scollamento con la realtà commerciale dei loro prodotti vedendosi riconosciuta una quota economica troppo esigua tale da non permettergli la sussistenza. L'obiettivo di riequilibrare economicamente la produzione con la commercializzazione può essere sostenuto con azioni volte a:

- accorciare la filiera,
- organizzare mercatini nei centri abitati e promuovere la vendita di prodotti on-line
- organizzare la promozione che può essere condotta con degustazioni, presidi locali, pubblicazioni di iniziative tematiche, ecc...

Altro tema importante è quello della valorizzazione delle risorse naturali disponibili sul territorio ed indispensabili per il lavoro;

- promuovere interventi di riuso dell'acqua come ad esempio la creazione di serbatoi naturali (invasi, laghetti) indispensabili per le stagioni secche;
- favorire accordi pubblico privato per la gestione del bene forestale

Il tavolo di lavoro ha poi individuato la necessità di portare avanti studi che promuovano forme innovative per l'uso dei prodotti (come ad esempio l'uso della lana per l'isolamento), campagne informative sulle proprietà di prodotti specifici (come ad esempio la proprietà dello zinco contenuto nel latte che rallenta il degrado delle cellule celebrali) e lo studio di forme alternative delle risorse con il risparmio di quelle attuali.

TAVOLO N.3 - Attori della tutela e sviluppo dell'ambiente - presenti n.7 partecipanti

- Ente Parco Sasso Simone e Simoncello
- Riserva Naturale Statale Gola del Furlo
- WWF
- Italia nostra
- Legambiente

Da questo tavolo è emerso l'indubbio ruolo esercitato dall'ambiente in tutti i settori della vita quotidiana e dell'estrema necessità di tutelarlo e promuoverlo in maniera concreta senza disperdere le poche risorse a disposizione. Sotto la spinta di fare sistema e creare interconnessioni anche con gli altri settori sono state proposte:

- la riqualificazione dei prati sommitali come forma di riconoscimento e qualificazione del territorio del Montefeltro; azione che può essere condotta coinvolgendo direttamente agricoltori ed allevatori del territorio;
- la creazione di centri di raccolta per gli animali selvatici; evitando/limitando le battute di caccia a cinghiali, daini e cervi che spesso recano danni anche all'agricoltura;
- avviare una politica di qualificazione del paesaggio creando delle certificazioni da riconoscere a quelle strutture (quali ad esempio agriturismi) che si qualifichino per questo aspetto.

TAVOLO N.4 - Attori della piccola e media industria e dell'artigianato - presenti n.8 partecipanti

- Confederazione Nazionale dell'Artigianato
- Consorzio del Mobile s.p.a.
- Associazione Industriali della Provincia di Pesaro e Urbino
- Associazione Piccole e Medie Industrie
- Associazione degli Artigiani della Provincia di Pesaro e Urbino (Confartigianato)

L'esigenza che emerge preponderante in questo settore è quello di sviluppare forme di commercio innovative per esplorare nuovi campi del mercato non ancora praticati. Lo studio si pone come fattore imprescindibile per la crescita del settore. Un esempio pratico portato è stato quello dello studio delle erbe officinali e dei fattori benefici che queste possono avere nella cura del corpo o di altri prodotti come lo sciroppo di lumache nella cura della gastrite. Il

settore del “benessere del corpo” è un settore in piena crescita che va cavalcato anche nella interdisciplinarità delle azioni promosse a favore degli agricoltori, che possono specializzarsi nella produzione di erbe o allevare le lumache, il turismo che vede una crescita molto importante di centri di benessere. Ovviamente tutte le iniziative devono prima essere studiate e poi promosse e commercializzate nelle forme più opportune.

TAVOLO N.5 - Attori del mondo politico - presenti n.14 partecipanti

- Comunità Montana Alta Val Marecchia
- Comunità Montana del Montefeltro
- Comunità Montana Alto e Medio Metauro
- Comunità Montana del Catria e del Nerone

Il lavoro ha avuto come filo conduttore l’analisi delle opportunità offerte dal PSR in relazione alle peculiarità del territorio rappresentato. I settori nei quali sono state individuate le maggiori opportunità di intervento sono la salvaguardia e valorizzazione del territorio, la qualità dei servizi alla popolazione e la diffusione delle reti tecnologiche. Queste tematiche, così come la valorizzazione delle risorse del territorio (acqua, energia, ambiente, ecc..), vanno analizzate e studiate anche nell’ottica di integrare le risorse messe a disposizione dal PSR con altri assi di finanziamento. Attività che potrà essere portata avanti anche attraverso l’Agenzia di Sviluppo in cui i referenti locali auspicano si trasformi il GAL, per permettere al territorio di fare fronte comune e saper cogliere le opportunità offerte dai diversi canali di finanziamento.

La Banca Marche SpA e l’Università degli studi di Urbino, considerato l’apporto interdisciplinare da loro espresso, hanno presenziato, su nostra richiesta, a tutti i tavoli di lavoro. La Banca, come socio del GAL Montefeltro, ma soprattutto nell’interesse di vivacizzare e spronare la partecipazione dei privati all’iniziativa Leader, ha proposto forme di finanziamento agevolate da stipulare con i possibili beneficiari; mentre l’Università si è resa disponibile a fornire tutto il supporto scientifico necessario per tutte le iniziative che ne presenteranno la necessità.

A questi primi incontri a carattere interdisciplinare, caratterizzati dalla condivisione delle linee strategiche di sviluppo locale con gli attori presenti nel territorio al fine di focalizzare i principali punti di forza e di debolezza del territorio per definire gli obiettivi prioritari e le linee strategiche, sono seguiti una serie di incontri più puntuali, richiesti direttamente dagli attori locali, di cui si riporta in sunto delle proposte emerse.

A) Marche Film Commission

Si è discussa la possibilità di collaborare alla realizzazione del film “Viaggio con Fellini” - scritto e diretto da due marchigiani, (Antonio Bigini e Luca Magi), e prodotto da Alessandro Carroli (casa di produzione Kinè). E’ un’opera che valorizza l’itinerario della via Flaminia con indubbi ricadute sul piano della promozione del territorio. Coniugando realtà (il documentario on the road sul classico percorso Roma/Orte/Gole del Furlo/Fano) e finzione (la “trasfigurazione” di Rimini in Fano) attraverso l’uso sapiente della commistione degli stili di fiction e animazione, Viaggio con Fellini ha il merito indiscusso di riportare alla luce dopo decenni d’oblio e far rivivere in maniera originale, un soggetto cinematografico “Viaggio con Anita” fondamentale per la storia del cinema italiano. Il progetto proposto, valutata la sua natura, dovrà avere carattere interterritoriale.

B) Associazione Piccola e Media Impresa- Aspin 2000 -

Il tema promosso da questo tavolo di lavoro è stato quello dell’innovazione di tutto il settore terziario, della necessità di rinnovare le tecnologie a quella di formare gli addetti per sviluppare nuovi processi di produzione per massimizzare i profitti. Nasce la necessità di fare sistema per intraprendere delle azioni d’internazionalizzazione concrete che mettano le imprese in condizioni di potersi rivolgere, oltre che al mercato interno, ai numerosi mercati esteri. Altre opportunità vanno ricercate e sfruttate nella formazione degli addetti del settore;

azioni che possono essere promosse già a livello di scuola superiore studiando opportune forme di collaborazione (tutoraggio) tra scuole e impresa.

C) Associazione Provinciale Allevatori -

In questo tavolo è emersa la necessità di promuovere i prodotti della filiera dell'allevamento sostenendo diversi aspetti del settore: dalla gestione dei servizi veterinari al riconoscimento della qualità del prodotto. Al termine della discussione si è concordato, sulla condivisione dell'idea di "identità del territorio" di promuovere un prodotto riconoscibile e rintracciabile puntando sulla qualità e tracciabilità del prodotto.

D) Rotary Club di Marche ed Umbria-

L'Appennino non come barriera ma catena che unisce due regioni tra cui fare sistema creando un asse strategico culturale, spirituale e ambientale ricco di interessanti opzioni per il futuro di Marche ed Umbria. Le proposte a valenza turistico culturale si pongono in questo sfondo di cooperazione infraterritoriale al fine di promuovere il territorio.

E) Voci nel Montefeltro Novafeltria – Scuola Italia Urbana

Queste due scuole sono impegnante nel realizzare corsi di dizione e musica lirica rivolti a giovani studenti stranieri per lo più americani e inglesi. L'appuntamento, che si svolge per lo più in periodi estivi, diventa motivo di coinvolgimento non solo di insegnanti, direttori e registi di fama nazionale e internazionale, ma anche delle amministrazioni dei comuni dell'entroterra marchigiano e delle infrastrutture turistiche locali che durante questi mesi estivi accolgono questi gruppi di stranieri che non sono solo studenti/docenti, ma diventano veri e propri turisti. L'iniziativa non si pone quindi solo come scuola di lirica per giovani studenti stranieri, ma anche come risorsa economica locale e motivo di riconoscimento e rilevanza internazionale per l'intero Montefeltro.

F) Parco Minerario dello Zolfo

L'istituito Parco Museo delle Miniere di Zolfo delle Marche, comprendente le miniere di zolfo di Ca' Bernardi nel Comune di Sassoferato (AN), Vallotica nel Comune di Sassoferato (AN), Cantorino nel Comune di Sassoferato (AN), Bellisio Solfare nel Comune di Pergola (PS), Perticara nel Comune di Novafeltria(PU).

Il Parco ha il compito di "assicurare recupero, conservazione e valorizzazione del patrimonio ambientale, storico-culturale e tecnico-scientifico dei siti e beni individuati, nonché delle attività ad essi connesse" e le azioni da loro promosse sono:

- tutelare, recuperare e conservare, a fini ambientali, culturali, scientifici, formativi e turistici, i siti e beni connessi all'attività mineraria;
- recuperare e conservare, in strutture museali ed archivistiche, il patrimonio di archeologia industriale e quello documentale, librario e fotografico di interesse conoscitivo della storia e della cultura mineraria;
- tutelare e conservare habitat, paesaggio culturale e "valori etnoantropologici" connessi con attività estrattiva;
- promuovere, sostenere, sviluppare attività di formazione e ricerca nei settori storico, archeologico, scientifico e tecnologico;
- promuovere e sostenere attività educative, didattico-divulgative, artistico-culturali compatibili con i valori da tutelare;
- promuovere turismo di carattere culturale ed ambientale, anche in riferimento ai siti di lavorazione, conservazione ed utilizzazione del materiale estratto.

Valutati i soggetti l'azione promossa è un'azione di cooperazione infraterritoriale che, sfruttando questa realtà del territorio, crei anche in questo settore un valore aggiunto spendibile a fini turistici.

Il GAL ha inoltre svolto numerose sedute del Consiglio di Amministrazione e dedicato una Assemblea dei Soci al tema della trasformazione della struttura in Agenzia del Turismo Rurale.

4.5 AZIONI DI CONCERTAZIONE CON ALTRI ORGANI DECISIONALI CON AUTORITA' PROGRAMMATORIA SUL TERRITORIO DEL GAL MONTEFELTRO

Si è dato avvio alla concertazione con la Provincia di Pesaro e Urbino non solo per la condivisione e creazione di un progetto integrato nei settori indicati dal PSR, ma soprattutto per la partecipazione attiva al principio filosofico-strategico che sta alla base del PSL del GAL Montefeltro.

Con la Provincia e con il Comune di Urbino si sia concordato un piano di rilancio del territorio proponendo un percorso di condivisione, comunicazione, promozione a favore dei processi partecipativi per il recupero dell'identità territoriale secondo azioni che si possono così sintetizzare:

- Creazione di un **“tavolo dell'identità territoriale”**, che veda partecipi enti, associazioni dei vari settori produttivi e rappresentanti di interessi collettivi con l'obiettivo di definire quelle caratterizzazioni che possono costituire gli elementi base su cui fondare un **“protocollo dell'identità”**. Gli enunciati sottoscritti dalle parti diverranno il decalogo su cui basare le scelte strategiche di programmazione e su cui indirizzare le risorse umane ed economiche disponibili;
- Azione di riconoscibilità dell' **“armatura culturale”** del territorio come matrice dell'identità dei luoghi e come linea strategica e prioritaria di sviluppo locale, il cui valore è affrontato partendo da alcuni punti fissi di una rinnovata declinazione dello sviluppo sostenibile: l'intero territorio è visto come sistema culturale, come esito di processi stratificati nel tempo e come opportunità creativa per nuove interpretazioni, interventi compatibili e valenze economiche messe dalla storia e dalla cultura sul tavolo della competizione. La pianificazione del patrimonio culturale territoriale viene affrontata non come un settore o come un semplice attributo qualitativo dello sviluppo, ma come matrice culturale genetica di tutte le sostenibilità dello sviluppo: sostenibilità costituzionale, sostenibilità culturale, sostenibilità gestionale ed infine sostenibilità economica, considerate come campi di opportunità per la tutela e valorizzazione del tessuto culturale dei luoghi.
- Azione di trasformazione della pianificazione territoriale in **“pianificazione culturale del territorio”**, in grado di esprimere uno sviluppo plurimo, localmente fondato e globalmente competitivo, poiché intessuto sull'armatura del patrimonio culturale, cioè contemporaneamente sull'evoluzione specifica dei luoghi e sulla cultura universale delle genti locali. Le opzioni che l'azione propone sono diverse ed articolate, ma tutte confluiscano nella direzione dell'attribuire un valore strategico alla qualità territoriale ed alle identità culturali dei contesti locali, del leggerle come risorse da conoscere, interpretare, conservare, incrementare e comunicare.

4.6 PROCESSO DECISIONALE CHE SEGUE L'AZIONE DI CONSULTAZIONE ED ANIMAZIONE

STRUMENTO	ATTIVITA' PRELIMINARE ALLA DELIBERAZIONE	ORGANO DELIBERATIVO	ATTIVITA' SUCCESSIVE ALLA DELIBERAZIONE	ORGANO DI APPROVAZIONE	ATTIVITA' SUCCESSIVE ALL'APPROVAZIONE
Linee Strategiche del PSL	Condivisione con il partenariato locale con incontri e tavoli di lavoro	Consiglio Amministrazione e Assemblea Soci (consultivo)	Trasmissione regione Marche per valutazione e richiesta eventuali	Consiglio Amministrazione GAL	Pubblicazione sul sito GAL spedizione mail soci e comuni

			integrazioni		
PSL	<ul style="list-style-type: none"> - Condivisione con il partenariato locale - Pubblicazione bozza su sito web del GAL - Raccolta istanze 	Approvazione prima stesura del CdA GAL	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicato stampa - Pubblicazione web - Fase osservazioni - Stesura definitiva 	Approvazione CdA GAL	Trasmissione Regione per valutazione*

*A seguito della procedura di approvazione da parte della Regione Marche si adotterà una procedura di approvazione da parte dell'Assemblea dei Soci del GAL.

5 COOPERAZIONE INTERTERRITORIALE

5.1 TEMI PREVALENTI DELLA COOPERAZIONE

Il PSR dedica la misura 4.2.1 all'attivazione di azioni interterritoriali e transnazionali, attribuendo ad essa una rilevanza strategica nell'ambito del quarto asse. Ne definisce i principali obiettivi:

- attivazione di progetti di marketing a valenza territoriale sub-regionale, regionale o allargati;
- creazione di reti al fine di ricercare livelli condivisi di gestione amministrativa, di attivazione di partenariati locali, di coinvolgimento delle popolazioni locali;
- attivazione di progetti transnazionali realizzati tra più GAL europei volti allo scambio di buone pratiche e competenze.

La programmazione proposta dal GAL Montefeltro mantiene come riferimento le linee strategiche individuate a livello locale, ritenendole valide anche per questa tipologia di progetti e dandosi l'obiettivo di portare la ricerca, la sperimentazione e la condivisione delle problematiche affrontate anche in tavoli istituzionali e di lavoro di più ampio respiro.

Vi è da constatare che già nella programmazione di Leader+ i GAL regionali hanno dato vita ad una fruttuosa esperienza di livello regionale con la condivisione a volte parziale a volte con la totalità del territorio di iniziative interterritoriale di particolare valore ed buona efficacia in termini di ricaduta locale.

Le schede che seguono costituiscono una traccia costruita grazie al confronto sino ad oggi svolto sui temi dello sviluppo locale, che hanno generato nei tavoli di lavoro spunti per la programmazione interterritoriale e . Alcune delle azioni previste sono state inoltre concertate a livello tecnico-istituzionale tra i vari Gal regionali. Per alcune schede si tratta di dare prosecuzioni ad attività già in essere e di mettere a frutto le esperienze già svolte e consolidare i buoni risultati ottenuti.

Sarà in ambito di discussione e formulazione del PSL definitivo che prenderanno forma in modo organico e mirato i temi oggi soltanto accennati.

La dotazione economica che il Gal Montefeltro riserva per misura rispecchia le indicazioni stabilite dalla programmazione regionale, che indica nel 9% della dotazione finanziaria del Gal la quota da destinare a tali attività.

Considerando, come di seguito verrà calcolata, la quota Gal ammonta a 4.180.244,30 € si ottiene

$$4.180.244,30 \times 9\% = \mathbf{376.221,99 \text{ €}}$$

In merito alla ripartizione tra le varie azioni proposte si attende la formulazione del piano definitivo per indicare gli importi relativi a ciascun intervento.

6. COERENZA DEL PIANO FINANZIARIO CON LE STRATEGIE

6.1 CALCOLO DELLA DOTAZIONE FINANZIARIA DEL GAL MONTEFELTRO

Il complesso delle risorse che costituiscono il plafond del Gal Montefeltro si articola, secondo le disposizioni inserite nel bando regionale di selezione, grazie alla somma di tre dotazioni così calcolate:

1. una prima quota pari ad 1/6 del 60% del primo plafond messo a disposizione a livello regionale per la programmazione LEADER, plafond che ammonta a € 22.990.909,17 (5% delle risorse);
2. una seconda quota proporzionale alla superficie territoriale ottenuta moltiplicando tale superficie per 6,01 € a hmq;
3. una terza quota proporzionale alla popolazione residente, ottenuta moltiplicando il numero di abitanti per 7,91 € ad abitante.”

Considerate le indicazioni dell'Autorità di Gestione la dotazione finanziaria del GAL Montefeltro Leader è così determinata:

1) criterio della ripartizione sulla superficie territoriale

$$60\% \text{ di } 22.990.909,17 = 13.794.545,50$$

$$13.794.545,50 \times 1/6 = \underline{\underline{2.299.090,92 \text{ €}}}$$

2) criterio della ripartizione sulla superficie territoriale

superficie territoriale del GAL Montefeltro = 180.100 hmq.

$$180.100 \times 6,01 = \underline{\underline{1.082.599,33 \text{ €}}}$$

3) criterio della ripartizione secondo il numero di abitanti

abitanti residenti nel territorio di riferimento del GAL Montefeltro = 100.955 abitanti

$$100.955 \times 7,91 = \underline{\underline{798.554,05 \text{ €}}}$$

La dotazione finanziaria del GAL Montefeltro Leader è quindi pari a :

$$2.299.091,92 \text{ €} + 1.082.599,33 \text{ €} + 798.554,05 \text{ €} = \underline{\underline{4.180.244,30 \text{ euro.}}}$$

6.2 IL PIANO FINANZIARIO PER “OBIETTIVI STRATEGICI”

Il piano finanziario del GAL Montefeltro, con riferimento agli obiettivi strategici è in linea di massima previsto come da allegata scheda finanziaria di previsione. Va comunque ribadito che tale ipotesi sarà oggetto di ulteriore approfondimento e condivisione con le parti sociali ed economiche, e che potranno registrarsi cambiamenti a seguito di particolari circostanze, non ultima la crescente preoccupazione per la crisi economica, che pone ormai paesi e realtà locali alle prese con provvedimenti idonei per fronteggiare una congiuntura di tali proporzioni da richiedere l'impegno di tutti e di tutte le risorse disponibili.

PREVISIONE DI PIANO FINANZIARIO PER OBIETTIVI STRATEGICI		
<i>“rafforzare e qualificare l’offerta integrata territorio-turismo nel rispetto della tutela e valorizzazione del patrimonio diffuso”</i>	1.295.875,73	31%
<i>“aumentare la capacità produttiva e di attrazione del territorio migliorandone la competitività e salvaguardando la sostenibilità ambientale”</i>	961.456,19	23%
<i>“accrescere e consolidare il ben-essere della popolazione migliorando e favorendo nuovi servizi associati ed avanzati a favore dei centri rurali del territorio e della identità inclusiva”</i>	710.641,53	17%
“COOPERAZIONE TERRITORIALE ED INFRATERRITORIALE”	376.221,99	9%
TOTALE INTERVENTI	3.314.195,44	80%
SPESE GESTIONE GAL	627.036,64	15%
SPESE ANIMAZIONE	209.012,22	5%
TOTALE GENERALE	4.180.244,30	100%

Obiettivo strategico

“rafforzare e qualificare l’offerta integrata territorio-turismo nel rispetto della tutela e valorizzazione del patrimonio diffuso”

Si prevede per la realizzazione degli interventi relativi a tale obiettivo la percentuale più alta di spesa pari al 31%, ciò in linea con quanto descritto nell’analisi territoriale e con quanto espresso nelle linee strategiche. Si è infatti più volte dichiarato che le matrici dei beni ambientali, storico-culturali costituiscono l’asse portante del piano del GAL Montefeltro, essendo risorse peculiari del territorio che messe a sistema e coniugate con una attenta azione di affiancamento alle potenzialità turistiche dell’area possono rilevarsi il vero volano economico ed occupazionale della nostra area.

Obiettivo strategico

“aumentare la capacità produttiva e di attrazione del territorio migliorandone la competitività e salvaguardando la sostenibilità ambientale”

La ricerca socio-economica ha evidenziato che a fronte di un sistema imprenditoriale vivace e con una buona propensione all’exportazione, l’economia produttiva è caratterizzata da reti commerciali corte e dalla minaccia della perdita di competitività nel mercato globalizzato. Il PSL vuole fornire un contributo alle imprese del secondo settore economico che si vedranno impegnate nella ricerca di innovazione e internazionalizzazione, e garantire un affiancamento al settore primario, caratterizzato da punti di eccellenza del comparto agro-biodiversità, a sfruttare le opportunità derivanti da produzione di alto valore qualitativo. Tali processi dovranno essere affiancati dall’opportunità di mettere in campo una nuova logica di risparmio energetico rivolta non solo a soggetti privati, ma anche alle amministrazioni. A tale scopo si prevede di impegnare il 23% delle risorse disponibili.

Obiettivo strategico

“accrescere e consolidare il ben-essere della popolazione anche migliorando e favorendo nuovi servizi associati ed avanzati a favore dei centri rurali del territorio”

Lo sforzo globale del piano sarà quello di migliorare gli indici della qualità della vita del territorio, tenendo conto di poter far perno sulla forte capacità partecipativa espressa dalle amministrazioni locali soprattutto nell’ambito della condivisione di progetti e servizi associati. La strategia dell’associazionismo permette di dare risposte ad economia sostenibile per una realtà come la nostra caratterizzata da molti e piccoli comuni e da una

nuova richiesta di welfar rivolta anche alle nuove popolazioni insediate. Su questo asse l'impegno finanziario che il GAL prevede di investire è pari al 17% della propria dotazione. La risorsa è inferiore rispetto agli altri assi-objettivo per almeno tre ordini di motivi:

- perché le somme investite in tale settore richiedono prevalentemente investimenti immateriali;
- perché le azioni previste negli altri due obiettivi strategici partecipano comunque al miglioramento del ben-essere locale grazie ai risultati attesi di maggiore occupazione, più alto reddito, migliore fruibilità di beni e servizi;
- perché altri strumenti della programmazione nazionale e regionale garantiscono risorse dedicate a questi temi.

Obiettivo strategico

“COOPERAZIONE TERRITORIALE ED INFRATERRITORIALE”

Il confronto tra territori che si muovono su linee di sviluppo similari e che affrontano problemi analoghi con spesso soluzioni diverse permette di dare corpo a tre degli obiettivi che il programma LEADER a posto alla base della propria filosofia:

- replicabilità degli interventi;
- trasferibilità delle azioni;
- innovatività dei contenuti.

E' proprio con l'osmosi delle esperienze che si può far crescere lo stimolo ad un modo di investire il capitale umano, e quello territoriale con il quale il GAL si confronta a livello locale. La dotazione economica prevista copre il 9% del totale.

Obiettivo gestione dei Gruppi di Azione Locale ed acquisizione di competenze e animazione

L'importo del piano finanziario è pari al 20 % della spesa pubblica totale così articolato: sottomisura “Gestione dei GAL”: pari al 15% della spesa pubblica totale; sottomisura “Acquisizione di competenze e animazione”: pari al 5% della spesa pubblica totale.

TABELLA DI COERENZA

Obiettivo strategico	Misure del PSR di riferimento
1) rafforzare e qualificare l'offerta integrata territorio-turismo nel rispetto della tutela e valorizzazione del patrimonio diffuso	3.1.2 - 3.1.3 – 3.2.1 – 3.2.2 3.2.3 – 3.3.1 – 4.1.3 – 4.2.1
2) aumentare la capacità produttiva e di attrazione del territorio migliorandone la competitività e salvaguardando la sostenibilità ambientale	3.1.2 – 3.2.1 – 3.2.3 – 3.3.1 4.1.3 – 4.2.1
3) accrescere e consolidare il ben-essere della popolazione anche migliorando e favorendo nuovi servizi associati ed avanzati a favore dei centri rurali del territorio	3.1.2 - 3.2.1 – 3.2.2 – 3.2.3 3.3.1 – 4.1.3 - 4.2.1
COOPERAZIONE TERRITORIALE ED INFRATERRITORIALE	3.1.2 – 3.1.3 – 3.2.1 – 3.2.2 3.2.3 – 3.3.1 – 4.1.3 – 4.2.1

6.3 MISURA 4.3.1 GESTIONE DEL GAL ED ACQUISIZIONE DI COMPETENZE ED ANIMAZIONE.

Misura 4.3.1	Gestione dei Gruppi di Azione Locale, acquisizione di competenze ed animazione											
Sottomisura a	Gestione del GAL Montefeltro											
Motivi e obiettivi della sottomisura												
La sottomisura intende dotare il GAL delle risorse e dei mezzi economici atti a sostenere con efficacia e continuità il funzionamento del GAL stesso per redigere, promuovere, coordinare, realizzare, verificare e monitorare l'attuazione del Piano di Sviluppo Locale (PSL) nel territorio di riferimento del GAL Sibilla.												
Descrizione degli interventi e spese ammissibili												
Per la Gestione sono previste le seguenti tipologie di intervento:												
<ul style="list-style-type: none"> - studi preliminari e supporto tecnico per l'elaborazione del PSL e degli strumenti ad esso propedeutici; - attività di informazione e comunicazione circa le opportunità offerte dal PSL; - concertazione e incontri con le rappresentanze, istituzionali, sociali ed economiche del territorio; - predisposizione e definizioni atti statutari e regolamenti; - predisposizione Bandi; - istruttorie; - commissioni di valutazione e selezione; - attività di verifica e controllo; - monitoraggio; - attività Organi Istituzionali; - certificazione della spesa ed ogni altra attività gestionale inerente il PSL. 												
Le spese ammesse a contributo sono:												
<ul style="list-style-type: none"> - spese per l'elaborazione del PSL, nonché per gli eventuali studi preliminari, indagini, cognizioni, ecc. per un massimo pari a 25.000,00 euro al netto d'IVA; - spese per il personale impiegato nelle attività di attuazione del PSL e relativi rimborsi per spese di trasferta; - acquisizione di beni e servizi legati alla gestione amministrativa ed operativa del GAL (arredi, materiale informatico e telematico, ecc.); - canoni di affitto, manutenzione, utenze della sede operativa del GAL; - spese di gestione e per collegamenti telematici; - spese amministrative e finanziarie; - consulenze tecniche, del lavoro, fiscale e amministrativa, legale; - attività e funzionamento del Consiglio di Amministrazione; - rimborsi spese e di trasferta agli Amministratori; - compensi ai componenti del Collegio sindacale; - costi relativi all'informazione e comunicazione relativa all'accesso alle misure del PSL; - compensi per le attività svolte direttamente dagli Amministratori per l'attuazione del PSL; - spese per la partecipazione obbligatoria alla rete Leader Nazionale Leader 												
Beneficiari			Gruppo d'Azione Locale Montefeltro									
Piano finanziario per annualità												
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Totale					
	17.036,64	130.000	120.000	120.000	120.000	120.000	627.036,64					
Intensità di aiuto				100% delle spese ammissibili								
Decorrenza ammissibilità delle spese				Le spese sono ammissibili dal 23.07.2008								
Ambito territoriale di intervento				Intero territorio del GAL Montefeltro								

Misura 4.3.1	Gestione dei Gruppi di azione locale, acquisizione di competenze ed animazione																			
Sottomisura b	Acquisizione di competenze ed animazione																			
	Motivi e obiettivi della sottomisura																			
<p>Il GAL mette in atto un'azione specifica di "coinvolgimento, comunicazione, informazione" utilizzando, da una parte risorse umane qualificate, quale risulta essere la figura dell'Agente di Sviluppo, dall'altra vuole procedere con metodologie la cui efficacia è già stata testata, metodo ESAW, per stimolare la partecipazione democratica e condivisa alla formulazione e successiva realizzazione delle azioni del piano di sviluppo locale. Inoltre l'attività che il Gal intende promuove, nell'ottica di trasformazione in Agenzia di Sviluppo, va nella direzione della ricerca di idee, partenariati, fonti di finanziamento anche esterne al programma stesso. Il dettaglio di tali attività sono esaurientemente riportate al capitolo 4 al quale si rimanda.</p>																				
Descrizione degli interventi e spese ammissibili <p>Sono previste le seguenti tipologie di intervento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - studi preliminari e supporto tecnico per l'elaborazione del PSL e degli strumenti ad esso propedeutici; - animazione e sensibilizzazione delle popolazioni residenti; - commissioni di valutazione e selezione; - formulazione di corsi formative per animatori e agenti di sviluppo; - studi, ricerche e acquisizione dati e banche dati; - partecipazione a corsi, stage, master professionalizzanti; - realizzazione di Focus Group multidisciplinari e tematici; - formulazione, valutazione e affiancamento a progetti d'area o progetti multidisciplinari complessi; - colloqui, contatti per scambiare informazioni, quesiti, risposte; - inchieste, interviste, richiesta informazioni con somministrazione di questionari; - realizzazione, aggiornamento di portali informativi; - promozione e partecipazione a seminari, convegni, conferenze; - verifica, controllo, monitoraggio delle attività.; <p>Le spese ammissibili sono quelle indicate nel documento del MIPAAF relativo alle "linee guida sull'ammissibilità delle spese relative allo sviluppo rurale e ad interventi analoghi".</p>																				
Beneficiari				Gruppo d'Azione Locale Montefeltro Leader																
Piano finanziario per annualità <table border="1"> <thead> <tr> <th>2008</th><th>2009</th><th>2010</th><th>2011</th><th>2012</th><th>2013</th><th>Totale</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>9.012,22</td><td>40.000</td><td>40.000</td><td>40.000</td><td>40.000</td><td>40.000</td><td>209.012,22</td></tr> </tbody> </table>							2008	2009	2010	2011	2012	2013	Totale	9.012,22	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	209.012,22
2008	2009	2010	2011	2012	2013	Totale														
9.012,22	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	209.012,22														
Intensità di aiuto				100% delle spese ammissibili																
Decorrenza ammissibilità delle spese				Le spese sono ammissibili dall'atto della Regione Marche di attribuzione delle risorse per l'animazione, così come definito dall'Avviso Pubblico per la selezione dei GAL, emanato dalla Regione Marche																
Ambito territoriale di intervento				Intero territorio del GAL Montefeltro																



7. ANIMAZIONE SUCCESSIVA ALLA DEFINIZIONE DELLE LINEE STRATEGICHE

7.1 AZIONI DI ANIMAZIONE

Al fine di individuare e condividere con tutti gli attori territoriali esigenze ed aspettative per la nuova programmazione, il dibattito è stato avviato già nella prima metà dell'anno 2007 organizzando incontri nel territorio, che hanno visto il coinvolgimento di amministratori, associazioni e operatori.

Le "parole chiave" su cui si è invitato i partecipanti a confrontarsi sono state: identità, ambiente, nuove tecnologie legate all'energia, innovazione, arte/cultura, enogastronomia. A questi primi incontri a carattere interdisciplinare, con il fine di focalizzare i principali punti di interesse, per definire gli obiettivi prioritari e le linee strategiche, è seguita una serie di riunioni più puntuali, veri e propri tavoli di lavoro finalizzati all'individuazione delle linee strategiche del Montefeltro. Ai tavoli tematici realizzati a fine ottobre 2008, sono stati invitati attori del turismo e delle cooperative sociali, del mondo agricolo, della tutela e sviluppo dell'ambiente, della piccola e media industria, dell'artigianato e del mondo politico; la Banca Marche SpA e l'Università degli Studi "Carlo Bo" di Urbino, considerato l'apporto trasversale da loro rappresentato, hanno presenziato a tutti i tavoli di lavoro.

Dai tavoli sono emerse indicazioni interessanti, che sono state recepite e utilizzate per la stesura delle Proposte Strategiche inviate alla Regione Marche alla fine del 2008.

Il documento presentato è stato il documento preliminare per la definitiva elaborazione del PSL, raccogliendo in maniera organica e coerente le indicazioni emerse durante questa prima fase di animazione.

Le proposte metodologico-strategiche hanno rappresentato uno strumento di analisi e di discussione per la successiva definizione della vera e propria strategia di sviluppo, documento elaborato e ampiamente divulgato nelle successive attività di animazione intraprese, anche al fine di informare/formare gli operatori sulle successive procedure di attuazione del nuovo programma Leader ASSE 4 2007/2013.

L'attività di animazione e informazione svolta ha riscosso ampia partecipazione e consenso ed ha consentito al GAL di conseguire tre obiettivi di fondamentale importanza:

- 1) coinvolgere, in una logica di programmazione bottom-up, l'intero territorio nella elaborazione delle linee strategiche del nuovo Piano di Sviluppo Locale;
- 2) incrementare la coesione del partenariato, favorendo il superamento dei particolarismi territoriali e qualificando la governance locale;
- 3) rafforzare l'identità del GAL, in particolar modo nei confronti della popolazione locale che non è stata coinvolta esclusivamente come destinatario passivo degli interventi, ma come attore nello sviluppo della programmazione del PSL.

Nel periodo intercorrente tra l'approvazione delle proposte metodologiche e la chiusura delle consultazioni, le iniziative e gli strumenti utilizzati per assicurare il coinvolgimento delle popolazioni e degli operatori locali e sono stati i seguenti:

a) iniziative di informazione/aggiornamento/approfondimento.

Gli attori territoriali sono stati nuovamente interpellati in questi ultimi mesi, con una nuova serie di incontri aventi lo scopo di raccogliere le istanze per la stesura definitiva del PSL. A queste riunioni operative hanno partecipato gli stessi soggetti già interpellati precedentemente ed inoltre numerosi operatori privati rappresentanti non solo della microimprenditorialità ma anche del mondo cooperativo ed associazionistico culturale i quali sono stati invitati, al pari degli altri attori territoriali, a contribuire attivamente alla definizione degli ambiti di intervento del PSL.

Calendario incontri svolti

Data	Sede dell'incontro	Soggetti coinvolti
16 luglio 2009	GAL Montefeltro Sviluppo	Attori del mondo politico (C. M. Alta Val Marecchia, C. M. del Montefeltro, C. M. Alto e Medio Metauro, C. M. Montana del Catria e del Nerone), Banca Marche SpA, Università degli Studi "Carlo Bo"
17 luglio 2009	GAL Montefeltro Sviluppo	TAVOLO N. 1 Attori del turismo e delle cooperative sociali (Confesercenti, Confindustria, TELE 2000, Consorzio "Urbino e il Montefeltro", Consorzio Pulizie Manutenzioni Società Cooperativa), Banca Marche SpA, Università degli Studi "Carlo Bo" TAVOLO N. 2 Attori del mondo agricolo (CIA, Coldiretti, Unione Provinciale Agricoltori, Associazione Provinciale Allevatori), Banca Marche SpA, Università degli Studi "Carlo Bo" TAVOLO N. 3 Attori della tutela e sviluppo dell'ambiente (Ente Parco Sasso Simone e Simoncello, Riserva Naturale Statale Gola del Furlo, WWF, Italia nostra, Legambiente), Banca Marche SpA, Università degli Studi "Carlo Bo" TAVOLO N. 4 Attori della piccola e media industria e dell'artigianato (CNA, Consorzio del Mobile s.p.a., Confindustria, API, Confartigianato), Banca Marche SpA, Università degli Studi "Carlo Bo"
28 luglio 2009	C. M. dell'Alta Valmarecchia	Sindaci dei Comuni della C. M. Alta Valmarecchia
30 luglio 2009	Provincia di Pesaro Urbino	Presidente della Provincia e Assessore politiche comunitarie e tecnici di riferimento e GAL Flaminia Cesano
5 agosto 2009	CNA - Ancona	Direttori dei GAL delle Marche
10 agosto 2009	GAL Montefeltro Sviluppo	Rappresentanti della microimprenditorialità e del mondo cooperativo ed associazionistico culturale
25 agosto 2009	C. M. Alto e Medio	Sindaci dei Comuni della C. M. Alto e Medio Metauro

	Metauro	
27 agosto 2009	C. M. Montana del Catria e del Nerone	Sindaci dei Comuni della C. M. del Catria e del Nerone
2 settembre 2009	C. M. del Montefeltro	Sindaci dei Comuni della C. M. del Montefeltro
14 settembre 2009	Provincia di Pesaro Urbino	Assessore politiche comunitarie della Provincia e tecnici di riferimento

All'allegato 1 si riportano gli inviti, i fogli presenza e i verbali dei singoli incontri.

- b) Incontri bilaterali.** Il GAL ha provveduto a fornire un servizio di helpdesk. Gli incontri bilaterali o riunioni ristrette realizzate su appuntamento sono state funzionali a fornire informazioni sul GAL e sulla nuova politica di sviluppo; consentire ai cittadini e agli operatori locali di approfondire la proposta di strategia di sviluppo locale impostata dalla società; consegnare e illustrare il materiale informativo realizzato. Si uniscono all'allegato A i fogli presenza di alcuni degli incontri svolti in quanto non sempre sono stati redatti visto che i contatti sono stati tenuti nei momenti e luoghi più diversi per venire incontro alle esigenze dei referenti locali.
- c) Servizi on-line.** Al fine di ampliare la propria attività di comunicazione il GAL Montefeltro Sviluppo ha anche predisposto un'area dedicata alla nuova programmazione nel suo sito web istituzionale (www.montefeltr-leader.it) denominata "ASSE 4 programmazione 2007/2013". L'area suddivisa per:
- Newsletter; in cui sono state pubblicate tutte le newsletter inviate
 - Animazione; in cui sono riportati tutti gli incontri pubblici realizzati localmente
 - Compilazione domande: materiale utile; in cui è possibile scaricare il materiale distribuito negli incontri
 - Proposta strategica del PSL; documento integrale approvato dalla Regione Marche
 - Facci pervenire la tua proposta; fax-simile di scheda per la presentazione delle idee progetto ha raccolto tutti i documenti utili per una migliore comprensione e informazione delle nuove opportunità offerte dalla programmazione ASSE 4 del PSR 2007/2013. Si riporta copia della visualizzazione delle pagine in questione all'allegato B
- d) Predisposizione e diffusione di materiali informativi.** A seguito delle attività di informazione e formazione degli operatori sulle modalità attuative dell' "approccio leader" della nuova programmazione 2007/2013, sono stati predisposti dei materiali informativi a supporto della comprensione dei meccanismi di attuazione delle misure e delle azioni attivabili dal GAL. I documenti ordinati in apposite cartelline distribuite durante agli incontri, (di cui si riporta copia integrale all'allegato C erano composti:
- Estratto delle linee metodologiche
 - Estratto delle misure del PSR relative alla programmazione Leader
 - Estratto dei criteri di selezione dei bandi
 - Linee guida sull'ammissibilità delle spese
 - Fax simile scheda progetto sono stati caricati integralmente sul sito della società, con la possibilità di essere scaricati.
- e) Sportello informativo.** Il servizio realizzato nel normale orario di ufficio (dal lunedì al venerdì orari 9,00/13,30 – 14,30/18,00) ha fornito agli interessati le informazioni utili alla presentazione di idee progetto. Gli operatori locali invitati a presentare idee progetto a valere sul nuovo PSL 2007/2013 hanno trovato negli uffici due persone dedicate, animatori, che hanno saputo rispondere ai quesiti posti e dare una prima assistenza nella compilazione del fax-simile di scheda disponibile e scaricabile sul sito istituzionale.
- f) Servizio automatico di segnalazione.** Per facilitare la segnalazione di idee e di proposte progettuali da parte degli operatori locali il GAL ha predisposto una "scheda progetto" in formato elettronico, scaricabile dal sito, attraverso la quale chiunque poteva presentare le proprie istanze. (Il fax-simile di tale scheda è presente nell'allegato C materiali informativi)
- g) Realizzazione newsletter.** Al fine di spiegare e diffondere il lavoro intrapreso dal GAL Montefeltro Sviluppo per l'approvazione del PSL sono state predisposte quattro newsletter con i seguenti contenuti:
- **N.1;** presentazione degli obiettivi e delle finalità delle proposte strategiche approvate dalla regione
 - **N.2;** invito a presentare idee progetto con riepilogo dei principi delle misure del PSR
 - **N.3;** descrizione delle azioni di animazione intraprese
 - **N.4;** presentazione del piano inviati ad una mailg-list appositamente creata dall'ufficio rivolta a tutti gli attori locali con preghiera di diffusione e pubblicazione. Le newsletter sono state inoltre pubblicate sul nostro sito ufficiale e su altri siti istituzionali (ai nostri soci e ai comuni del territorio è stata chiesta la pubblicazione nei loro siti o in altre forme e mezzi di comunicazione) dove è possibile scaricarle. Si veda l'allegato D per visionare le schede e le pagine dei siti degli soggetti che le hanno pubblicate.
- h) Comunicazioni individuali**
anche in risposta a specifici quesiti
- i) incontri ed eventi pubblici.** Il 21 settembre 2009 la Montefeltro Sviluppo ha organizzato una conferenza stampa nel corso della quale è stata presentata al pubblico la nuova strategia di sviluppo relativa al periodo 2007-2013. Si riporta all'allegato E la cartella stampa distribuita con indicazione dei giornali e televisioni intervenute. Questa azione garantirà l'uscita nei prossimi giorni di appositi articoli su carta stampata, internet, TV e radio.
- k) Interventi su stampa.** L'informazione, il coinvolgimento, la partecipazione di tutti i soggetti potenzialmente coinvolti nell'attuazione della strategia di sviluppo del GAL sono stati promossi mediante la pubblicazione di articoli e/o comunicati stampa (L'allegato F si arricchirà di altri articoli che usciranno i prossimi giorni a seguito della presentazione alla stampa)



7.2 Concertazione con la Provincia di Pesaro e Urbino.

L'attività di confronto con l'ente Provincia di Pesaro e Urbino ha permesso di mettere a fuoco la strategia della stessa e l'integrazione con il PSL del GAL Montefeltro Sviluppo. La priorità rivolta dal GAL per la valorizzazione dei beni storico-culturali e paesaggistico-ambientali, è stata recepita e implementata da parte della Provincia nel piano di utilizzo delle risorse del l'ASSE 5 del FESR 2007-2013. Sono stati così selezionati 29 progetti per complessi 1,67 Meuro ciò permetterà al PSL del GAL di trovare realizzata la maggior parte degli interventi sul patrimonio storico ambientale di cui il territorio fa istanza e riservare i fondi di misura prevalentemente ad attività di funzionalizzazione dei beni stessi.

Nella cornice del GAL, che vuole racchiudere le azioni di implementazione di un Distretto Culturale Avanzato, la Provincia si collocherà attraverso interventi mirati a quattro settori del proprio PSL:

❖ INDIVIDUAZIONE DI UNA STRATEGIA COMUNICATIVA CONDIVISA

- Portale del turismo: creazione di un NODO di gerarchia superiore rispetto a quelli facenti capo alle reti locali, capace di rendere visibile e omogeneo l'intero sistema territoriale ed assicurando la qualità dei contenuti informativi e l'aggiornamento in tempo reale.

Miglioramento della comunicazione dei contenuti estendendo sia la gamma delle informazioni sia apprendo alla multicanalità.

Collaborazione per l'aggiornamento e consultazione sulla ricettività extra-alberghiera

- Rete wireless

Completamento della rete al fine minimizzare il "digital divaid" e di favorire l'accesso della popolazione, delle strutture turistiche, delle imprese economiche alla fruizione di servizi di rete.

- Centri di informazione polifunzionali

Allestimento di una rete di centri informativi rivolta ai cittadini, ai turisti e alle imprese collocati in piccoli comuni caratterizzati da particolare qualità e valore storico-culturale.

❖ VALORIZZAZIONE BENI CULTURALI

Si porterà a completamento la logica definita dall'ASSE 5 del FESR selezionando altri interventi che non hanno trovato posto nel citato programma e partecipando così la strategia chiave del Distretto del Montefeltro. Anche in questo caso gli interventi saranno rivolti più alla parte infrastrutturale permettendo così ai due GAL provinciali di utilizzarne la realizzazione finalizzandola alle strategie elaborate ciascuno nel proprio PSL..

❖ VALORIZZAZIONE AMBIENTALE

La presenza di aree protette nel territorio provinciale ed in particolare anche poste a cavallo tra i due GAL, ha indirizzato a prevedere la selezione di interventi integrati pubblici ed anche pubblico/privati. Anche in questo caso si perseguita fedelmente le finalità del distretto non solo per il settore in cui si interviene, ma soprattutto per le modalità.

❖ ENERGIE INTEGRATIVE

Si darà priorità ad interventi promossi su filiere integrate nel settore delle energie agroforestali promosse da enti pubblici. Il Gal darà priorità alla fase di studio preliminare potendo così individuare e successivamente finanziare anche gli interventi qualificati ai fini delle priorità provinciali.

7.3 Esiti e risultati

L'azione di animazione condotta ha permesso di apprezzare due indicatori di particolare valore:

- il numero di cittadini, imprese, enti locali, associazioni operatori nel territorio che hanno preso parte alle iniziative
- il numero dei contributi di idee e di proposte pervenute al GAL

Circa la partecipazione, come documentato dai fogli presenza (si veda l'elenco all'allegato A) il numero di partecipanti ai diversi incontri e seminari è stato il seguente

Data	Sede dell'incontro	Partecipanti
16 luglio 2009	GAL Montefeltro Sviluppo	10
17 luglio 2009	GAL Montefeltro Sviluppo	26
28 luglio 2009	C. M. dell'Alta Valmarecchia	13
30 luglio 2009	Provincia di Pesaro Urbino	8
5 agosto 2009	CNA - Ancona	6
10 agosto 2009	GAL Montefeltro Sviluppo	25
25 agosto 2009	C. M. Alto e Medio Metauro	19
27 agosto 2009	C. M. Montana del Catria e del Nerone	13
2 settembre 2009	C. M. del Montefeltro	20
14 settembre 2009	Provincia di Pesaro Urbino	6
TOTALE		146

Nella tabella non sono elencati i numerosi incontri bilaterali in cui non sono sempre stati predisposti fogli presenza ma che hanno visto un'ampia partecipazione.

Circa le proposte pervenute, classificate integralmente nell'allegato G intitolato "idee progetto presentate", sono pervenute n.245 idee progetto, disaggregate in n.299 interventi di cui n.172 da parte di soggetti pubblici e n.127 da parte di soggetti privati. Sono inoltre state inoltrate al GAL n.9 idee/proposte di collaborazione relative ad interventi eventualmente attivabili da professionisti, imprese-fornitori o potenziali partner che rispettano la filosofia del Piano proposto vengono comunque considerati interessanti suggerimenti che verranno tenute in considerazione durante la fase attuativa.

Rispetto ai temi centrali proposti dal PSL, l'analisi delle proposte ha evidenziato, che molte di queste ricadono su più Misure del PSL e quindi sono state catalogate, laddove possibile, suddividendole in più azioni a valere sulle diverse tipologie di intervento, o secondo il tema prevalente. Nella tabella che segue vengono riportate le idee-progetto suddivise per Misura, tipologia di intervento e tipologia di soggetto proponente.

Tali proposte hanno anche indicato i "fabbisogni" del territorio, dei quali, nella struttura del PSL definitivo, si è tenuto conto, soprattutto sotto due profili:

- la definizione delle misure e delle azioni del PSL;
- l'allocazione delle risorse finanziarie del PSL.

ASSE 2	LO SVILUPPO E L'ATTRAZIONE			
	Misura	Azione	n. proposte	
			soggetti pubblici	soggetti privati
Misura 4.1.3.1 Sostegno alla creazione ed allo sviluppo delle Imprese (3.1.2)	Azione 1. Centri rurali di degustazione e ristoro			10
	Azione 2 .Ricettività turistica			6
	Azione 3. Artigianato tipico ed artistico			3
Enti pubblici (non beneficiari ma promotori)			7	
Totalle			7	19
Totalle proposte				26

ASSE 1	LA QUALITA' E L'ATTRAZIONE			
	Misura	Tipologia di intervento	n. proposte	
			soggetti pubblici	soggetti privati
Misura 4.1.3.2 Incentivazione di attività turistiche (3.1.3)	Infrastrutture accoglienza, informazione, segnaletica, percorsi		28	15
	Infrastrutture ricreative		10	9
	Servizi turistici		15	18
Totalle			53	42
Totalle proposte				95

ASSE 3	LA SOCIALITA' E L'ATTRAZIONE			
	Misura	Tipologia di intervento	n. proposte	
			soggetti pubblici	soggetti privati
Misura 4.1.3.3 Servizi essenziali per l'economia e la popolazione rurale (3.2.1)	Servizi alla popolazione		26	8
	Servizi alle imprese		3	2
Totalle			29	10
Totalle proposte				39

ASSE 1		LA QUALITA' E L'ATTRAZIONE		
Misura	Tipologia di intervento	n. proposte		soggetti privati
		soggetti pubblici	soggetti privati	
Misura 4.1.3.4 Sviluppo e rinnovamento dei villaggi (3.2.2)	Riuso e riqualificazione dei centri storici	6		
Total		6		
Total proposte				6
ASSE 1		LA QUALITA' E L'ATTRAZIONE		
Misura	Tipologia di intervento	n. proposte		soggetti privati
		soggetti pubblici	soggetti privati	
Misura 4.1.3.5 Tutela e riqualificazione del territorio rurale (3.2.3)	Studi e ricerche relativi al patrimonio culturale	11		5
	Interventi di recupero, restauro e riqualificazione del patrimonio culturale	18		3
Total		29		8
Total proposte				37

ASSE 1 ASSE 2 ASSE 3		LA QUALITA' E L'ATTRAZIONE LO SVILUPPO E L'ATTRAZIONE LA SOCIALITA' E L'ATTRAZIONE		
Misura	Tipologia di intervento	n. proposte		soggetti privati
		soggetti pubblici	soggetti privati	
Misura 4.1.3.6 Formazione ed informazione (3.3.1)	Azioni formative	17		21
	Azioni informative	2		3
Total		19		24
Total proposte				43

ASSE 1 ASSE 2 ASSE 3		LA QUALITA' E L'ATTRAZIONE LO SVILUPPO E L'ATTRAZIONE LA SOCIALITA' E L'ATTRAZIONE		
Misura	Tipologia di intervento	n. proposte		soggetti privati
		soggetti pubblici	soggetti privati	
Misura 4.1.3.7 Promozione territoriale e certificazione d'area	Marketing e promozione	18		20
	Certificazione d'area	5		2
Total		23		22
Total proposte				45

ASSE 4		COOPERAZIONE INTERRITORIALE E TRASNAZIONALE		
Misura	Azione	n. proposte		soggetti privati
		soggetti pubblici	soggetti privati	
Misura 4.2.1.1 Cooperazione interterritoriale e trasnazionale		6		2
Total		6		2
Total proposte				8



Rispetto alla tipologia delle proposte emerse è possibile fare le osservazioni che seguono.

La gran parte di esse può essere ricondotta alle Misure "Incentivazioni di attività turistiche" (n 95 proposte), "Promozione territoriale e certificazione d'area" (n 45 proposte), "Tutela e riqualificazione del territorio rurale" (n 37 proposte).

Questa elevata manifestazione di interesse dimostra che il territorio abbia davvero compreso che una primaria direttrice di sviluppo per l'area sia rappresentata dalla valorizzazione del considerevole patrimonio storico, ambientale e culturale, inteso nella sua più ampia accezione.

Un numero interessante di proposte riguardano anche gli interventi previsti dalla Misura " Servizi essenziali per l'economia e la popolazione rurale" (n 39 proposte), evidenziando come il miglioramento della qualità della vita rappresenti un sicuro fattore di attrazione, che giustifica la permanenza nel territorio evitandone lo spopolamento ed è elemento di promozione di un benessere diffuso capace quindi di richiamare interesse ed investimenti.

Non va assolutamente trascurato il dato riguardante la Misura "Sostegno alla creazione ed allo sviluppo delle imprese" che, peraltro, si ritiene sicuramente inferiore rispetto a quanto ci si attende in fase di attivazione degli interventi, anche per la maggiore difficoltà di raggiungere, in questa fase, tutti i potenziali beneficiari.

Viene letto con molto interesse, infine, il dato relativo alle proposte per interventi di "Formazione ed informazione" (n 43 proposte) a riprova di come la necessità di accompagnamento, sia in termini di adeguamento ed aggiornamento delle competenze che di informazione sulle opportunità, percorra tutti i settori economici e possa quindi ritenersi trasversale rispetto ai diversi Assi di intervento.

L'elevato numero complessivo di proposte pervenute consente, da ultimo, un' ulteriore considerazione, nell'ottica dell'evoluzione del GAL in vera e propria Agenzia di Sviluppo, quanto pervenuto sarà oggetto di una attenta valutazione al fine di individuare ulteriori canali di finanziamento per le diverse idee progetto.

7.4 Strategie e strumenti di comunicazione

Al fine di assicurare il rispetto e gli obblighi in materia di pubblicità di cui all'art. 76 del regolamento (CE) 1698/2005 e in conformità con le disposizioni e con l'allegato VI del Regolamento (CE) n. 1974/2006 della Commissione, nonché con il Piano di comunicazione del PSR della Regione Marche, il GAL prevede un proprio piano di comunicazione del PSL che si prefigge i seguenti obiettivi:

- Informare tutti i potenziali beneficiari sulle opportunità offerte dagli interventi promossi e cofinanziati da parte dell'Unione Europea, nell'ambito del PSL;
- Informare e sensibilizzare il pubblico sulle misure del PSL.

Il PSL, infatti, deve coinvolgere, animare, stimolare, incuriosire, interessare da vicino e concretamente la popolazione locale, alla quale si rivolge proprio per ottenerne partecipazione, impulso, proposte, suggerimenti, in modo che venga realizzato non un Piano per così dire calato dall'alto, bensì un insieme armonico, omogeneo e sistematico di interventi che partano dal basso, dal territorio, per poi ricadere concretamente ed utilmente sul territorio stesso.

Il GAL è consapevole, alla luce dell'esperienza maturata dopo l'attuazione del Leader II e del Leader+, che una componente fondamentale ed imprescindibile per il successo dell'iniziativa Leader, è senza dubbio costituita dall'attivazione di idonee azioni informative e pubblicitarie al fine di rendere consapevoli i soggetti pubblici e privati presenti ed operanti sul territorio di competenza, circa i vantaggi offerti dagli interventi inclusi nel PSL, in modo da potersi conseguire la quanto più ampia partecipazione possibile ai bandi che verranno all'uopo pubblicati per la selezione dei progetti da ammettere a finanziamento.

Le azioni informative saranno innanzitutto destinate ai potenziali beneficiari finali degli interventi inclusi nel PSL, in modo che gli stessi acquistino consapevolezza circa le possibilità offerte dal Piano tramite:

- L'invio del PSL in formato elettronico presso i suoi soci, degli enti locali dell'area e a tutti quanti ne facciano richiesta;
- L'inserimento del PSL nel sito Web del GAL e dell'autorità di gestione della Regione Marche;
- L'organizzazione di incontri pubblici dedicati alla presentazione dei contenuti e delle modalità di attuazione del PSL;
- L'organizzazione di conferenze stampa per la presentazione del PSL;

La diffusione delle informazioni necessarie a garantire la trasparenza nei confronti dei vari partner e dei beneficiari invece sarà garantita:

- Dalla presenza dello sportello informativo
- dalla pubblicazione dei bandi mediante inserzione sul sito ufficiale, nonché trasmissione di copia presso tutti i Comuni e dei soci, ed ancora attraverso la pubblicazioni di estratti sulle pagine dei principali quotidiani a diffusione locale.
- Dall'organizzazione di appositi incontri con gli operatori locali interessati per la presentazione dei bandi e delle modalità di partecipazione
- La diffusione nel territorio dei moduli di domanda e dei formulari per la presentazione di idee progetto;
- Pubblicazione dei risultati intermedi e finali ottenuti dal Programma.
- Comunicazione a tutti i soggetti che hanno presentato domande a valere sui bandi circa l'esito dell'istruttoria;
- con specifica in caso di finanziamenti dell'ammontare del contributo assegnato, dei termini per l'avvio e la conclusione dei lavori,
- ai soggetti inseriti in graduatoria, ma al momento non finanziabili per carenza di risorse,
- ai soggetti la cui domanda sia stata respinta, motivandone le ragioni
- dalle redazione di relazioni e rapporti di esecuzione del PSL secondo le prescrizioni imposte dalla Regione;
- Redazione di newsletter elettroniche periodiche sulle attività del GAL diffusa via mail ai soci, ai comuni e a ogni soggetto che ne faccia richiesta

La diffusione delle azioni di sensibilizzazione dell'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione Europea, assieme alle autorità statali, regionali e locali in favore all'attuazione dell'intervento e sui risultati ottenuti si attuerà mediante:



- Per quanto riguarda le azioni di tipo materiale, il GAL svolgerà un'azione di controllo sui beneficiari finali delle azioni previste perché adottino le azioni informative e pubblicitarie circa la natura del finanziamento pubblico intervenuto secondo le modalità e le specifiche indicate dall'allegato VI del regolamento (CE) n.1974/2006 della Commissione: cartelloni, targhe esplicative temporanee o permanenti, manifesti, ecc;
- Per quanto concerne gli interventi immateriali, quali PSL, bandi studi, progetti, azioni a favore del tessuto economico e sociale, manifestazioni, campagne promozionali sulle risorse naturali, culturali, e turistiche del territorio, il GAL assicura che tutto il materiale cartaceo, su supporto informatico prodotto e diffuso attraverso le vie tradizionali ed elettroniche o audiovisive, sarà riportata in evidenza la partecipazione dell'Unione Europea e del fondo interessato, nonché congiuntamente, l'emblema della Regione Marche e del GAL Montefeltro Sviluppo.

8. COERENZA PROGRAMMATICA TERRITORIALE

ELEMENTI DI SINTESI DELLA STRATEGIA	
OBIETTIVO GLOBALE:	
<p>Riappropriarsi e rendere visibile l'IDENTITA' del Montefeltro attraverso il processo della conoscenza, condivisione e marketing dei capitali territoriali coinvolti nello sviluppo integrato e sostenibile ed orientati al raggiungimento del ben-essere della popolazione</p>	
ASSE 1 LA QUALITA' E L'ATTRAZIONE	Ob. strategico - 1 Azioni per rafforzare e qualificare l'offerta integrata territorio-turismo nel rispetto della tutela e valorizzazione del patrimonio diffuso
ASSE 2 LO SVILUPPO E L'ATTRAZIONE	Ob. strategico. - 2 Azioni per aumentare la capacità produttiva e di attrazione del territorio migliorandone la competitività e salvaguardando la sostenibilità ambientale
Asse 3 LA SOCIALITA' E L'ATTRAZIONE	Ob. strategico - 3 accrescere e consolidare il ben-essere della popolazione anche migliorando e favorendo nuovi servizi associati ed avanzati a favore dei centri rurali del territorio e della identità inclusiva

8.1 IDENTITA' E SVILUPPO ATTRAVERSO LA FORMULAZIONE DI UN DISTRETTO CULTURALE EVOLUTO

La strategia di sviluppo proposta dal Programma di Sviluppo Locale (PSL) del GAL Montefeltro è il frutto di un'intensa attività di informazione e di confronto con le comunità e gli operatori locali e nasce da un dinamico e continuo processo di concertazione tra i partner istituzionali ed economico-sociali presenti sul territorio.

Per una analisi di dettaglio sulla risposta del territorio relativamente all'animazione si rimanda al relativo capitolo nonché agli allegati specifici.

La strategia prende le mosse dalla approfondita analisi territoriale che, attraverso l'indagine SWOT estesa all'intera area, ha permesso di individuare gli indirizzi da perseguire nella ricerca di dare un contributo allo Sviluppo Locale in armonia con gli obiettivi, generali e

specifici, perseguiti dal PSR Marche 2007-2013, contestualizzati e adattati alla specifica realtà locale.

Il PSL punta, secondo un approccio multisettoriale e innovativo, a tutelare la biodiversità, il paesaggio, il patrimonio culturale dell'area e a valorizzare l'importante e davvero unica dotazione di risorse naturali, paesaggistiche e culturali, creando opportunità di benessere per la popolazione locale, attraverso l'attuazione di azioni integrate e innovative.

La strategia del PSL mira ad aumentare l'attrattività del territorio verso i residenti, sia attuali che potenziali; punta a formare risorse umane qualificate e a far crescere una nuova imprenditorialità in attività connesse e compatibili con le risorse presenti, concorrendo così a migliorare la qualità della vita per i residenti; infine, essa si propone l'ambizioso obiettivo di rafforzare **l'identità locale**.

La qualità di un programma non può essere calcolato come la qualità delle singole azioni proposte e ancor meno, a posteriori, dalla sommatoria dei progetti attuati. La qualità risiede nel come e nel perché si da vita a determinati interventi facendo sì che gli stessi si calino in una strategia che contiene gli enunciati fondamentali dello sviluppo.

Per quanto riguarda il Montefeltro, l'"audit" territoriale ha chiaramente evidenziato nel diffuso sistema dei beni storico-culturali e paesistico-ambientali, il corredo più importante su cui aggregare i progetti di sviluppo, non più intervenendo in una logica di filiera verticale bensì, applicando la metodologia di Lisbona, per competere *"con l'eccellenza, l'innovazione, la creatività, cioè usando i nostri punti di forza"*²⁴.

Il concetto di cultura ne racchiude di più ampi quali la libertà degli individui, l'innovazione, la creatività, la qualità della vita, e sono tali fattori che sempre più influenzano le decisioni localizzative di imprese, lavoratori e famiglie.

Le radicali trasformazioni politiche, sociali ed economiche di questi ultimi anni hanno fatto tramontare l'attrattività del lavoro altamente qualificato e dell'accessibilità ai luoghi di produzione.

Con l'avvento di una economia post-industriale, che pone al centro dello sviluppo in modo crescente la produzione di valore aggiunto di natura immateriale (conoscitivo, sociale, simbolico, identitario), anche per i territori rurali si aprono nuovi orizzonti di competitività ed è proprio nella direzione di sfruttare tali occasioni che il Piano di Sviluppo Locale del GAL vuole articolare le sue azioni e offrire la possibilità di finanziamento a quei progetti che rientrino

²⁴ Intervento del commissario Europeo Gunter Verheugen

all'interno di un quadro generale che li contenga e metta a sistema, sia verso l'interno che verso l'esterno del turismo.

Si è trovata unanimità di consensi nell'ipotesi di utilizzare il piano come contenitore metodologico secondo il quale finalizzare ogni azione promuovibile alla creazione di un Distretto Culturale Evoluto che trova nella fusione tra il partenariato esperienziale di Urbino e la qualità diffusa di tutto il Montefeltro, il potente binomio su cui puntare per la creazione di un "brand" di grande efficacia.

8.1.1 CHE COS'È UN DISTRETTO CULTURALE?

La definizione di distretto mutua le proprie origini dalla descrizione di agglomerati di piccole e medie imprese caratterizzate da un prodotto o da una filiera di prodotto e presenti in una determinata e ristretta area geografica. Il modello di distretto industriale ha per lungo tempo caratterizzato il modello principe di sviluppo economico italiano in alternativa al modello basato sulla grande industria. Gli elementi che fondamentalmente favoriscono la nascita di un distretto risiedono quindi nella concentrazione territoriale di uomini e risorse che trovano la possibilità di coordinarsi orizzontalmente permettendo lo scambio di conoscenze, l'interrelazione e la specializzazione, generando quella che viene chiamata una "industrial atmosphere", che permette di qualificare il distretto come "sistema locale integrato"

Mentre il modello di distretto industriale trae la sua spinta dall'integrazione verticale attorno ad un'unica filiera di prodotto, il distretto culturale ha come leva di processo, l'economia di un luogo ove la circolazione delle idee tra settori diversi, attori diversi ed attività diverse permette di concretizzare una rete di inter-relazioni fonte di nuovi processi di sviluppo economico imprimate dall'integrazione orizzontale di più filiere.

Le prime esperienze di distretti culturali, svolte nei centri urbani, hanno molto spesso identificato nelle iniziative che focalizzano nel settore della cultura le leve per sperimentare nuove forme di sviluppo territoriale. Spesso si è equivocato che la finalità fosse quella di trasformare le "città d'arte" in luoghi dove si vendono al turista bellezze storiche, iniziative culturali e prodotti tipici, pensando, in modo riduttivo, che l'identificazione e la valorizzazione dei nostri giacimenti culturali potesse considerarsi il "nostro oro nero" su cui fondare un modello di sviluppo. Le realtà già sperimentate sono spesso monofiliere, cresciute attorno a prodotti di particolare valore e meritevoli di specifici programmi di valorizzazione come ad esempio la ceramica di Faenza o il vetro di Murano, o di servizi come quello del restauro artistico di Firenze.

8.1.2 CHE COS'È UN DISTRETTO CULTURALE EVOLUTO?

E' necessario partire dalla comprensione di quali siano stati i processi che nei secoli ci hanno permesso di concretizzare luoghi con straordinarie relazioni umane e sociali, contesti fertili per la produzione di nuove idee riconducibili alla bellezza dei luoghi e alla qualità della vita e generare occasioni capaci di produrre nuova cultura ed esperienze ed occasioni per i residenti, e soprattutto rivolte ai giovani.

Si tratta di un modello distrettuale del tutto nuovo, nel quale il *genius loci* si manifesta non nella specializzazione mono-filiera, ma nell'integrazione creativa di molte filiere differenti, e in cui la cultura non ha valore in quanto crea profitti, ma perché aiuta la società ad orientarsi verso nuovi modelli di uso del tempo e delle risorse e così facendo produce a sua volta economie. È il passaggio dal modello dissociato, tipico del contesto italiano, della cultura per i turisti, al modello della cultura per i residenti, che non esclude il turismo culturale, ma lo integra in una catena del valore più ampia e più solida; che non rinnega il passato industriale ma contribuisce a ringiovanirne la visione e le prospettive strategiche.

E' su questi presupposti che si basa e costruisce un Distretto Culturale Evoluto, attraverso una complessa integrazione tra una pluralità di attori tra cui le pubbliche amministrazioni, gli operatori culturali, il sistema formativo con in testa l'università capace di tessere collaborazioni con l'imprenditorialità locale e la società civile nel suo complesso.

Gli elementi fondanti di un distretto culturale sono dunque:

- la presenza di emergenze culturali in un territorio localizzato;
- la presenza di piccole e medie imprese;
- il coinvolgimento delle istituzioni;
- la realizzazione di servizi e prodotti culture – based, frutto di alta specializzazione e quindi legati alla comunità e alle sue tradizioni.

Volendo sintetizzare l'architettura di un Distretto Culturale Evoluto ci possiamo riferire ai modelli già sviluppati che individuano in dieci azioni le modalità di funzionamento del sistema.

Le dieci azioni di intervento sono:

- 1) Qualità della produzione delle conoscenze (QPC);
- 2) Qualità dell'offerta culturale (QOC);

- 3) Qualità della governance locale (QGL);
- 4) Sviluppo imprenditoriale (SIM);
- 5) Sviluppo del talento locale (STL);
- 6) Gestione delle criticità sociali e dell'emarginazione (GCS);
- 7) Capacitazione e formazione della comunità locale (CFC);
- 8) Partecipazione dei cittadini e della comunità locale (PAC);
- 9) Attrazione di imprese esterne (AIE) ;
- 10) Attrazione dei fruitori e del talento (ATE).

Queste dieci politiche possono essere raggruppate in tre sottosistemi o ASSI

- A. la qualità (QOC, QGL, QPC) e l'attrazione (AIE, ATE);
- B. lo sviluppo (SIM, STL) e l'attrazione (AIE, ATE);
- C. la socialità (GCS, CFC, PAC) e l'attrazione (AIE, ATE);

di cui quello dell'attrazione (D) altro non è che l'insieme delle azioni capaci di catalizzare l'interesse di potenziali fruitori: di servizi, di prodotti, di residenzialità (turisti, imprenditori, nuovi cittadini, talenti ecc..) sviluppate all'interno del contesto di tutti gli assi.

L'insieme delle misure che andranno ad inserirsi negli assi individuati dal PSL, potranno sollecitare i capitali locali, in una prima fase per attivare le proprie potenzialità, successivamente per colmare le proprie lacune e per stimolare forme più complesse ed evolute di integrazione tra la produzione culturale e gli altri comparti del territorio.

Il distretto culturale evoluto dovrà convogliare tre effetti:

1. esercitare attrazione verso l'esterno, soprattutto verso imprenditori, professionisti e talenti creativi;
2. produrre innovazione per il sistema economico, ma anche per quello culturale;
3. orientare e indirizzare gli individui e la società verso attività ad alto contenuto esperenziale.

La combinazione di questi tre effetti può costituire un'occasione di crescita per il territorio, si tratta di strategie collegate le une alle altre, quasi concatenate, visto che, per esempio, si produce più facilmente innovazione in un ambiente creativo.

In particolare, si possono individuati dieci obiettivi strategici da perseguire:

1. sostegno alla domanda culturale dell'area e relative politiche sistematiche di formazione e capacitazione;
2. sostegno alle forme di produzione culturale innovativa e dalla forte proiezione internazionale;
3. orientamento a forme di turismo culturale sostenibile, ad alto valore aggiunto e caratterizzato da tempi di permanenza medi e medio-lunghi;
4. creazione di complementarietà strategiche tra filiere culturali e non-culturali;
5. orientamento all'inclusione sociale nei processi di partecipazione culturale e di creazione di nuove filiere produttive;
6. attrazione del talento esterno su base stabile/semi-stabile;
7. promozione dell'orientamento professionale giovanile rivolto alle nuove professioni creative;
8. promozione di contenitori culturali e incubatori di imprenditorialità creativa per riconversione/equilibrio urbanistico;
9. promozione di una crescente integrazione tra il sistema dell'imprenditoria creativa e il sistema universitario;
10. promozione dell'integrazione tra la creatività culturale e la creatività scientifico-tecnologica.

Si tratta, in definitiva, di una vera e propria **politica industriale per la cultura del territorio**, che non si limita a promuovere lo sviluppo locale di attività storico-artistiche, ma che si propone di mettere in valore la produzione culturale come fattore più generale di innovazione dell'industria e dei servizi. Se l'**IDENTITA'** era la parola d'ordine individuata attraverso la proposizione delle linee strategiche ora si può unire ad essa la seconda parola chiave del piano: **SVILUPPO**, e ad esso si può associare una metodologia applicabile per ogni settore della vita sociale, culturale, produttiva del Montefeltro; tale metodologia è rivolta alla formulazione di un Distretto Culturale, quello di **URBINO E IL MONTEFELTRO**.

Definito l'obiettivo del Piano e individuata la strada metodologica generale da compiere, si è costruita una architettura di programma attorno ai tre assi.

- 1) LA QUALITA' E L'ATTRAZIONE
- 2) LO SVILUPPO E L'ATTRAZIONE
- 3) LA SOCIALITA' E L'ATTRAZIONE

Ogni asse territoriale contiene un comune denominatore: "L'ATTRAZIONE", perché è solo esercitando tale effetto sia sui residenti, che siano semplici cittadini o giovani studenti,

prestatori d'opera o operatori economici; sia su genti esterne per trasformarle in cittadini, studenti, operatori economici, turisti, nuovi talenti che possano assicurare continuità e rafforzare l'idea di IDENTITA' INCLUSIVA del nostro territorio.

Il primo asse è dedicato alla qualità

- (QPC) nello sviluppo della qualità della produzione della conoscenza del territorio e con essa della IDENTITA' racchiusa nel Distretto Culturale Evoluto.
- (QOC) dell'offerta culturale, nel saper selezionare, realizzare, funzionalizzare ed offrire il sistema dei beni storico-culturali e paesaggistico-ambientali.
- (QGL) della governance locale nel saper governare con scelte condivise il processo di qualificazione del prodotto culturale rivolgendo anche formazione e informazione agli operatori del settore.

L'asse concentra le azioni 3.2.3.; 3.1.3. e 3.3.1. del PSR.

Il secondo asse è orientato verso lo sviluppo delle microimprese

- (SIM) sviluppo imprenditoriale, nei settori strategici delineati nello studio territoriale preliminare svolto, ma anche strategici al concretizzarsi del Distretto.
- (STL) sviluppo del talento locale di quelle attività che possono generare una parte importante di quella "OFFICINA PERMANENTE DEL TERRITORIO" ancora capace di produzioni di eccellenza e di fornire attraverso di essa uno stimolo alla produzione del Distretto.
- (AIE) attraverso l'attivazione di azioni informative rivolte al territorio per condividere, disseminare e radicare contenuti, strategia e metodologia del Piano, nonché sui risultati derivanti da un nuovo approccio di sistema calato nel Distretto Culturale Integrato.

Il terzo asse è calato sui bisogni sociali poiché è solo dando risposta ai bisogni essenziali della popolazione che si può affermare l' "ATTRAZIONE" del territorio. La capacità di trattenere e aumentare il capitale umano e con esso i talenti locali, passa per la concretizzazione del ben-essere riscontrabile in un territorio.

L'asse della SOCIALITA' e DELL'ATTRAZIONE vuole dare corpo a:

- (GCS) alla soluzione delle criticità sociali e dell'emarginazione

- (CFC) alla capacitazione e formazione della comunità locale perché faccia proprie quotidianamente la logica del Distretto diventando essa stessa beneficiaria di quel sistema di beni e risorse cui è dotato il territorio.
- (PAC) raccogliere la partecipazione dei cittadini e più in generale della comunità locale al processo di sviluppo del Distretto Culturale Evoluto.

