



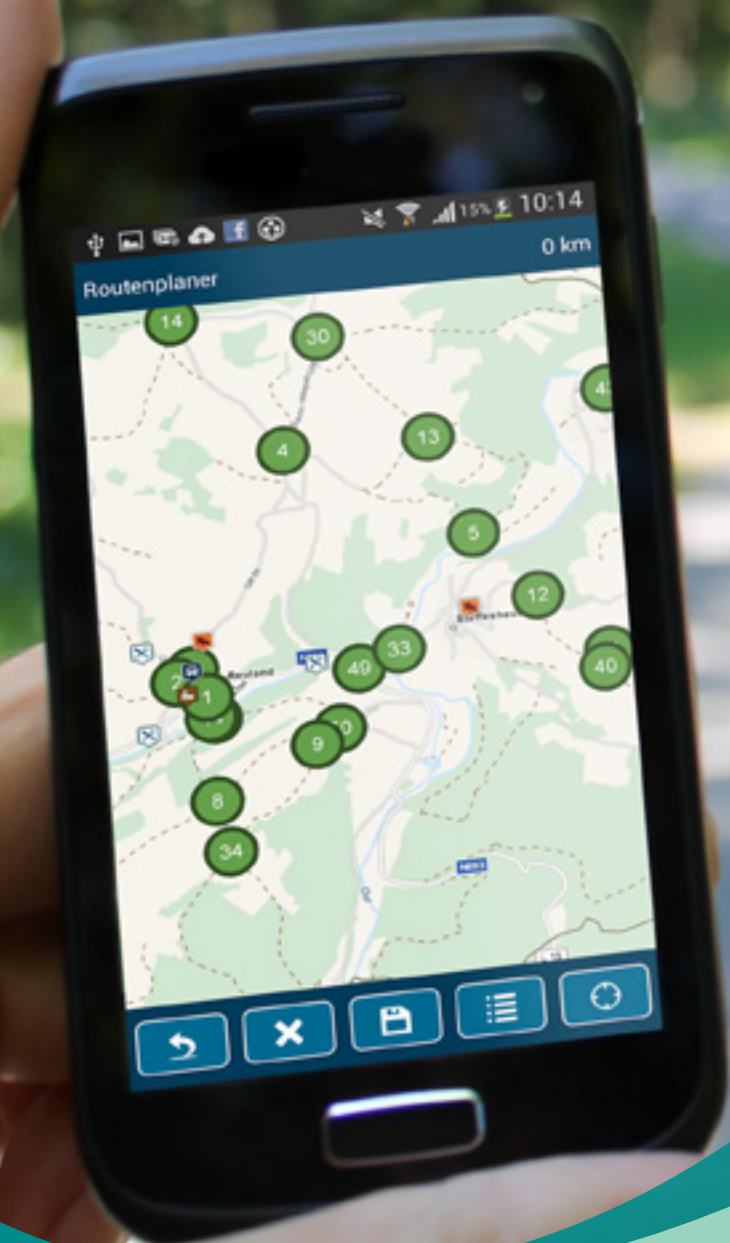
European Network for
Rural Development

IT

OPUSCOLO RELATIVO AI PROGETTI

Il Fondo europeo agricolo
per lo sviluppo rurale

ZONE RURALI INTELLIGENTI E COMPETITIVE



<https://enrd.ec.europa.eu>

Finanziato dalla



Rete europea per lo sviluppo rurale

La rete europea per lo sviluppo rurale (RESR) è il punto di collegamento delle varie parti coinvolte nello sviluppo rurale in tutta l'Unione europea (UE). La RESR contribuisce all'efficace attuazione dei programmi di sviluppo rurale (PSR) degli Stati membri promuovendo lo sviluppo e la condivisione delle conoscenze e facilitando lo scambio di informazioni e la cooperazione in tutta l'Europa rurale.

Ogni Stato membro ha istituito una rete rurale nazionale (RRN) che riunisce le organizzazioni e le amministrazioni impegnate nello sviluppo rurale. A livello UE, la RESR garantisce il collegamento in rete di RRN, amministrazioni nazionali e organizzazioni europee.

Per ulteriori informazioni, consultare il sito Internet della RESR (<https://enrd.ec.europa.eu>)

Il Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale

L'opuscolo che riporta vari progetti del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) fa parte di una serie di pubblicazioni della RESR che intendono incoraggiare lo scambio di informazioni. Ogni edizione illustra diverse tipologie di progetti che hanno ricevuto cofinanziamenti del FEASR nell'ambito dei PSR.

Le precedenti edizioni della serie di opuscoli sui progetti del FEASR possono essere scaricate dalla sezione pubblicazioni del sito Internet della RESR ⁽¹⁾. La raccolta di progetti e buone pratiche della RESR ⁽²⁾ contiene numerosi altri esempi sul contributo del FEASR a favore di iniziative per lo sviluppo rurale.

⁽¹⁾ <https://enrd.ec.europa.eu/en/publications-and-media>

⁽²⁾ <https://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/projects-practice>

Europe Direct è un servizio a vostra disposizione per aiutarvi a trovare le risposte ai vostri interrogativi sull'Unione europea.

**Numero verde unico (*):
00 800 6 7 8 9 10 11**

(* Le informazioni sono fornite gratuitamente e le chiamate sono nella maggior parte dei casi gratuite (con alcuni operatori e in alcuni alberghi e cabine telefoniche il servizio potrebbe essere a pagamento).

Direttore editoriale: Matthias Langemeyer, capo unità f.f., direzione generale dell'Agricoltura e dello sviluppo rurale, Commissione europea. Manoscritto completato nel mese di aprile 2016. La versione originale è costituita dal testo in lingua inglese.

Per ulteriori informazioni sull'Unione europea consultare il portale Europa (<http://europa.eu>).

Lussemburgo: Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, 2016

ISBN 978-92-79-57871-7 — doi:10.2762/86000 (versione cartacea)

ISBN 978-92-79-57874-8 — doi:10.2762/712598 (versione elettronica)

© Unione europea, 2016

Riproduzione autorizzata con citazione della fonte.

Il contenuto della presente pubblicazione non rispecchia necessariamente le posizioni delle istituzioni dell'Unione europea. I contenuti della presente pubblicazione hanno scopi informativi e non sono giuridicamente vincolanti.

Stampato su carta riciclata che ha ottenuto il marchio europeo di qualità ecologica Ecolabel per la carta grafica (<http://ec.europa.eu/ecolabel/>)

Una copia cartacea gratuita può essere richiesta sul sito internet EU Bookshop: <http://bookshop.europa.eu>

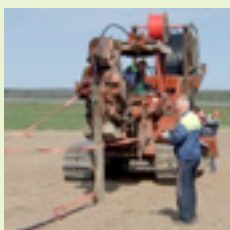
Ringraziamenti

Autori: Ed Thorpe, David Lamb, Veneta Paneva, Jon Eldridge, Frieda Klotz, Ilze Raath

Grafica: Benoit Goossens

Copertina © GO Eastbelgium

Indice

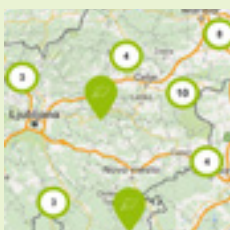


1. Accesso alla banda larga nelle zone rurali

Pagina 4

Creazione di reti comunali su iniziativa delle comunità locali in Svezia

Estensione delle reti a fibra ottica alle zone rurali in Lituania



2. Accesso digitale ai mercati

Pagina 8

Collaborare per favorire lo sviluppo dei mercati biologici in Slovenia

«Pays Gourmand»: promozione dei ristoranti francesi

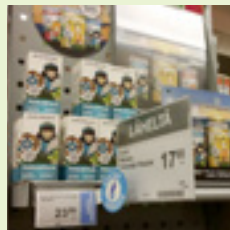


3. Modernizzazione delle aziende agricole

Pagina 12

Tecnologie basate sui sensori per il controllo a distanza delle popolazioni di api in Spagna

Formaggio Kedar: produzione a valore aggiunto grazie alla modernizzazione dell'azienda agricola

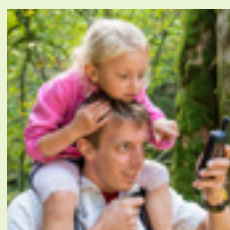


4. Sviluppo dei mercati

Pagina 16

Accesso al mercato dell'alimentazione pubblica in Slovenia

Gli straordinari super alimenti della regione artica finlandese



5. Diversificazione dell'economia rurale

Pagina 20

Raggruppare l'offerta locale per attirare turisti nella Bulgaria rurale

Promozione del turismo rurale nell'Eifel belga con strumenti intelligenti per l'escursionismo



6. Comunità sostenibili

Pagina 24

Le soluzioni impiegate sui residenti sostengono le comunità rurali in Germania e Austria

Un servizio locale di autobus su richiesta collega i residenti nel Galles rurale



Introduzione

La presente edizione dell'opuscolo sui progetti del FEASR è dedicata al tema «Zone rurali intelligenti e competitive». Si propone di offrire spunti sul modo in cui affrontare alcuni aspetti di importanza vitale per le zone rurali di oggi, tra cui la connettività rurale, la creazione di valore aggiunto, lo sviluppo dei mercati, la modernizzazione e la diversificazione.

Essere «intelligente e competitivo» significa elaborare strategie e strumenti per rendere economicamente competitive le diverse tipologie di zone rurali, preservando al tempo stesso le risorse naturali e la coesione sociale. Questo non è importante solo per le zone rurali stesse, ma anche per massimizzare il contributo che apportano al resto dell'economia e alla società nel suo insieme.

I progetti descritti nella presente pubblicazione mirano a illustrare almeno in parte il ventaglio di strategie per promuovere zone rurali intelligenti e competitive, migliorando ad esempio la connettività, ottimizzando i modelli operativi esistenti o diversificando la produzione o i settori di attività.

I progetti evidenziano le ampie potenzialità offerte dall'uso delle nuove tecnologie per fornire servizi più rapidi e più adeguati. In particolare, le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni possono avvicinare le imprese rurali ai consumatori e le comunità ai servizi di cui hanno bisogno, anche in alcune delle zone rurali più isolate.

Gli esempi illustrano anche le potenzialità degli approcci «intelligenti» non tecnologici, che in molti casi si basano sulla collaborazione e su nuove modalità di lavoro, nonché gli stretti legami esistenti tra l'attività agricola e le altre attività economiche nel mondo rurale.

Sei tematiche per zone rurali intelligenti e competitive

Il presente opuscolo è strutturato in sei sezioni per tenere conto dei principali settori di opportunità presentati dai programmi di sviluppo rurale per promuovere «zone rurali intelligenti e competitive»:

1. Accesso alla banda larga nelle zone rurali

Le connessioni veloci a banda larga sono sempre più importanti per permettere alle zone rurali di competere e prosperare nell'economia moderna. Le strategie intelligenti di sviluppo rurale devono sostenere l'offerta di tali servizi nelle zone rurali, che sono spesso isolate.

2. Accesso digitale ai mercati

Le tecnologie digitali possono consentire alle imprese nelle zone rurali di raggiungere nuovi mercati e mercati più vasti. I progetti del FEASR possono fornire sostegno ai dettaglianti e ai produttori delle zone rurali ai fini dello sviluppo di siti Internet, social media e applicazioni per smartphone che consentono di avere accesso diretto ai consumatori e di incrementare così le vendite e i margini di profitto.



3. Modernizzazione delle aziende agricole

La modernizzazione delle pratiche e delle attrezzature agricole può essere di vitale importanza per assicurare che le imprese agricole in Europa restino competitive. Può riguardare innovazioni altamente tecnologiche, ma anche interventi su scala ridotta, che si possono applicare tanto ai piccoli quanto ai grandi produttori del mondo rurale.

4. Sviluppo dei mercati

Per sostenere la competitività dei produttori europei è essenziale studiare anche come sviluppare l'accesso ai mercati. Il sostegno del FEASR può essere usato per aiutare i produttori a superare gli ostacoli all'accesso ai mercati esistenti o a sviluppare prodotti nuovi o di valore più elevato per espandere o creare mercati.

5. Diversificazione dell'economia rurale

Le strategie intelligenti di sviluppo rurale devono tenere conto dell'ampia gamma di (potenziali) attività economiche rurali al di là degli assi principali della produzione agricola e forestale. Diversificazione può significare che i produttori rurali espandono le loro attività in nuovi settori o altre forme di imprenditoria rurale, molte delle quali sono ancora strettamente legate alla silvicoltura e all'agricoltura.

6. Comunità sostenibili

Gli approcci intelligenti allo sviluppo rurale devono garantire che le comunità rurali siano luoghi stimolanti e interessanti in cui vivere e lavorare. Garantendo l'offerta di servizi rurali sostenibili, comprese scuole e negozi, parallelamente alla creazione di posti di lavoro, si possono instaurare cicli positivi di sviluppo rurale locale.

Ogni sezione della presente pubblicazione comincia con una descrizione generale dell'argomento trattato e dei possibili approcci per realizzare «zone rurali intelligenti e competitive». Questa presentazione è seguita da una breve descrizione di due esempi di progetti finanziati dal FEASR, che illustrano l'argomento ed evidenziano buone pratiche specifiche in tale ambito.

Ci auguriamo che il presente opuscolo contribuisca a migliorare la conoscenza delle problematiche con cui si confrontano oggi le zone rurali e delle numerose soluzioni possibili, che possono essere sostenute nell'ambito dei programmi di sviluppo rurale.

Siamo certi che gli esempi ispireranno iniziative analoghe, basate sulle pratiche e sugli approcci descritti. Il punto di contatto «rete europea per lo sviluppo rurale» è sempre interessato a essere informato sugli approcci emergenti e innovativi da condividere e discutere nell'ambito della rete.

La squadra del punto di contatto «rete europea per lo sviluppo rurale»

1. Accesso alla banda larga nelle zone rurali

Le connessioni veloci a banda larga sono sempre più importanti per permettere alle zone rurali di competere e prosperare nell'economia moderna. Le strategie intelligenti di sviluppo rurale devono sostenere l'offerta di tali servizi nelle zone rurali, che sono spesso isolate.

La connessione veloce a banda larga può offrire alle persone e alle imprese nelle zone rurali significative possibilità di accesso a informazioni, servizi, fornitori, mercati e altre opportunità, alle quali altrimenti non è possibile accedere (cfr. sezione 2). Sempre più questi aspetti possono fare la differenza tra gestire un'impresa redditizia e dover cessare l'attività.

La connessione fissa a banda larga attualmente è disponibile per il 97 % delle famiglie europee, ma soltanto il 25 % circa delle famiglie che vivono nelle zone rurali è connesso alla banda larga ad alta velocità.

Tuttavia molte comunità rurali più piccole e isolate devono affrontare ostacoli di mercato per accedere alla banda larga nelle zone in cui le imprese private non sono disposte a effettuare gli investimenti necessari per collegarle all'infrastruttura esistente.

La necessità di disporre della più rapida connessione possibile nelle zone rurali è al centro dell'attuale politica dell'UE. È un elemento prioritario nell'ambito dell'introduzione del pacchetto dell'UE relativo al mercato unico digitale ⁽¹⁾, che figura tra le priorità della Commissione europea per il periodo 2014-2020.

Banda larga via cavo

Una soluzione è collegare le zone rurali alla rete principale via cavo. La connessione tramite le linee telefoniche esistenti non è sufficiente per fornire un accesso ad altissima velocità. Le soluzioni via cavo ad altissima velocità richiedono la posa di nuovi cavi tra l'infrastruttura a banda larga esistente e le zone rurali fuori mano.

I finanziamenti del FEASR in questo ambito possono apportare un valore aggiunto particolare, perché possono essere destinati a località rurali in cui le imprese private sono poco propense a effettuare gli investimenti necessari e al tempo stesso giovare dell'infrastruttura nazionale o regionale esistente.

L'esempio descritto nella pagina seguente presenta un progetto realizzato in Lituania, in cui il sostegno del FEASR è stato utilizzato per ampliare un programma nazionale già ambizioso in materia di banda larga al fine di includervi comunità rurali specifiche.

⁽¹⁾ <http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market>

Alcuni approcci si basano sull'estensione dell'infrastruttura a banda larga alle zone rurali, altri invece si impegnano sulle iniziative promosse dalle comunità locali. Queste ultime nascono a livello locale e sono incentrate sul modo in cui sostenere le comunità rurali affinché possano allacciarsi alla rete esistente e rivolgersi ai fornitori privati di servizi di connessione a Internet.

Nelle pagine seguenti è descritto un progetto svedese che ha promosso la partecipazione della comunità locale per creare «reti comunali» e incoraggiare le imprese private a collegarsi a tali reti.

Banda larga senza fili

In molte zone rurali le caratteristiche e le esigenze locali inducono a optare per le tecnologie senza fili invece che via cavo. Queste soluzioni si basano sull'installazione di antenne che consentono di trasmettere la banda larga senza fili a un ricevitore situato nella zona rurale.

Il segnale può essere ultraveloce, purché vi sia visibilità diretta tra le antenne. Nella maggior parte dei casi il ricevitore è collocato su un edificio prominente della comunità rurale, per esempio una scuola.

Sebbene non abbia ricevuto sostegno dal FEASR, questa è la soluzione adottata nell'ambito di un progetto realizzato sul Mull of Kintyre (Scozia) ⁽²⁾ per trasmettere la banda larga veloce oltremare a una piccola comunità insulare. Una tecnologia analoga è stata usata per l'ambizioso progetto «Guifi» ⁽³⁾ in Spagna, il quale conta ora 27 000 utenti e si stima costituisca la rete senza fili più vasta del mondo.

⁽²⁾ www.tegola.org.uk

⁽³⁾ <https://guifi.net/en>



Creazione di reti comunali su iniziativa delle comunità locali in Svezia

In Svezia il progetto «La fibra nel villaggio» ha incoraggiato le comunità locali a creare le proprie reti comunali di connessione a Internet. Ciò ha reso finanziariamente sostenibile per i fornitori di servizi di connessione a Internet collegarsi a queste reti locali e offrire i propri servizi e ha permesso di superare un grosso ostacolo all'accesso alla banda larga nelle zone rurali.

Uno dei principali risultati del progetto è stato dimostrare che, grazie all'impegno della comunità locale, si possono superare gli ostacoli di mercato all'introduzione della banda larga nelle zone rurali. Le comunità locali, le autorità locali e i fornitori privati di servizi di connessione a Internet hanno tutti acquisito maggiore consapevolezza delle soluzioni locali praticabili per fornire servizi a banda larga veloci e affidabili.

«Tutti i partecipanti volevano che il progetto funzionasse, dai residenti agli amministratori pubblici, dai gruppi di interesse al settore privato: era evidente che la maggior parte di essi non era ancora consapevole del ventaglio di possibilità e di soluzioni offerte da questo tipo di collaborazione a livello di comunità locale nelle zone rurali».

Camilla Jönsson
Associazione delle reti urbane svedesi

Svezia sulla base di un approccio di tipo partecipativo. Per realizzare il progetto si sono rivolti alla società di consulenza privata Ekot Konsult.

Il progetto ha previsto innanzitutto la collaborazione con le comunità locali per individuare le difficoltà e le esigenze attinenti all'accesso a Internet. Sono stati organizzati quattro seminari di studio pilota per riunire i soggetti interessati del mondo rurale ed esaminare le problematiche.

Un risultato fondamentale è stata l'individuazione di «zone bianche»: comunità rurali nelle quali il mercato privato non offriva l'accesso a Internet a banda larga e probabilmente non lo avrebbe offerto nei cinque anni successivi. È stato quindi possibile indirizzare l'intervento a favore delle zone rurali in cui il mercato privato non offre una soluzione per gli investimenti nell'infrastruttura a banda larga.

Individuare le esigenze della comunità locale

Le associazioni locali dei comuni svedesi si sono assunte l'iniziativa di introdurre l'accesso a Internet a banda larga nelle zone rurali. Hanno presentato domanda al consiglio distrettuale per ottenere sostegno nel quadro del FEASR a favore della connessione alla rete a banda larga della

Incoraggiare la partecipazione della comunità

Dopo questa attività esplorativa iniziale, i partner del progetto — tra cui l'associazione nazionale degli agricoltori e l'associazione delle reti urbane svedesi — hanno prodotto materiali informativi e una guida pratica sul modo in cui le comunità locali possono creare le proprie reti comunali.



L'impegno concreto della comunità locale ha permesso di superare gli ostacoli di mercato all'accesso alla banda larga nel piccolo comune rurale di Hedemora.

© Fbre to the Village

© Fibre to the Village



Molte comunità hanno evitato parte dei costi finanziari svolgendo volontariamente i lavori manuali.

I materiali prodotti sono poi stati usati in una serie di seminari organizzati a livello locale per stimolare le comunità locali a impegnarsi a realizzare reti comunali a banda larga. Nell'ambito dei seminari, tenuti presso centri e altri edifici locali in tutto il paese, è stato spiegato come creare reti comunali e come finanziarle. A seconda della comunità locale interessata, il numero di partecipanti ai seminari è variato considerevolmente: da un minimo di 25 a un massimo di 150.

«Abbiamo organizzato più di cinquanta seminari locali, dal Nord al Sud della Svezia. I primi tredici sono stati finanziati dal FEASR e il resto dall'agenzia svedese per le poste e le telecomunicazioni.»

Lars Hedberg
Capo progetto, Ekot Consult

Risultati

I risultati di questi «seminari ispiratori» sono stati molto positivi. Attraverso la collaborazione e la discussione, il progetto è riuscito a far sì che sia i residenti sia le autorità locali si mobilitassero per cogliere le opportunità di realizzare le proprie soluzioni pratiche e ottenere accesso alla banda larga nelle zone rurali. Ha anche creato occasioni di dialogo con i fornitori di servizi di connessione a Internet.

Diversi piccoli comuni e imprese che gestiscono le reti hanno subito pianificato un'espansione della rete a banda larga nella rispettiva zona. Un importante vantaggio dell'approccio basato sul coinvolgimento della comunità locale è che la popolazione conosce le condizioni locali meglio di chiunque altro ed è quindi molto più facile concordare gli interventi e installare l'infrastruttura sui terreni privati.

«Il progetto ha permesso ai partecipanti delle zone rurali di accedere a connessioni a fibra ottica invece che Wi-Fi. I lavori sono cominciati nel 2009. Oggi circa 1 500 piccoli comuni hanno creato o stanno creando la propria rete a banda larga.»

Lars Hedberg
Responsabile del progetto, Ekot Consult

Titolo del progetto	La fibra nel villaggio
Tipo di beneficiari	Associazioni comunali
Periodo	2009-2010
Finanziamento del progetto	Costo complessivo: 53 810 euro Contributo del FEASR: 42 250 euro Contributo locale: 11 560 euro
Ulteriori informazioni	http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp_view/en/view_project_3200_en.html
Contatti	lars.hedberg@ekotkonsult.se

Estensione delle reti a fibra ottica alle zone rurali in Lituania

Il progetto «PRIP» ha ampliato un programma nazionale già ambizioso, concernente la costruzione di un'infrastruttura a banda larga, al fine di includervi le comunità rurali più isolate in Lituania. L'iniziativa ha mostrato come i finanziamenti mirati del FEASR possano essere integrati in programmi di più vasta portata e fare la differenza per le zone rurali.

Il progetto PRIP si è basato su precedenti lavori realizzati con il sostegno del Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) per installare una vasta rete via cavo a banda larga su tutto il territorio lituano. Le attività finanziate dal FEASR hanno permesso di installare ulteriori cavi a fibra ottica per collegare i centri di attività rurali alla rete via cavo principale.



Il progetto PRIP ha esteso la rete nazionale via cavo a banda larga al fine di raggiungere comunità rurali specifiche in Lituania.

© Plačijustis internetas

Un'ambiziosa strategia a lungo termine in Lituania

Nel 2005 esistevano profonde differenze nell'accesso a Internet a banda larga tra le diverse zone della Lituania. Soltanto il 2 % dei comuni con meno di 3 000 abitanti aveva accesso alla banda larga e solo il 4,9 % delle famiglie nelle zone rurali disponeva di una connessione.

Oggi la Lituania è considerata un esempio di grande successo per quanto riguarda l'offerta di connessioni a Internet a banda larga ad alta velocità tramite cavi a fibra ottica. Il paese è leader nell'UE e figura tra i primi dieci paesi al mondo in termini di penetrazione della banda larga a fibra ottica.

Ciò è in larga misura dovuto a un'ambiziosa iniziativa concernente la rete TIC a banda larga nelle zone rurali (Rural Area Information Technology Broadband Network, RAIN), avviata nel 2005 e finanziata dal FESR. L'iniziativa, articolata in due fasi, prevedeva l'installazione di una «dorsale in fibre ottiche» a banda larga in tutto il paese.

«La penisola di fronte alla laguna dei Curi ha costituito la sfida tecnica più interessante: in un primo tempo avevamo previsto di installare un cavo aereo e ancorarlo sull'isola nella laguna, soluzione che in realtà sollevava un problema di sicurezza a causa delle riserve di gas. L'installazione della rete sulla penisola ha finito per tradursi nella più lunga trivellazione subacquea mai realizzata nei paesi baltici».

Gediminas Šečkus
Coordinatore del progetto, RAIN

L'infrastruttura di rete è di proprietà dello Stato ed è gestita dall'impresa pubblica «Placiajuostis internetas». Tutti i fornitori di servizi di connessione a Internet possono usare l'infrastruttura nazionale in base alle stesse condizioni per offrire i propri servizi sul mercato privato. Gli utenti finali sono liberi di scegliere l'operatore, i servizi e la tecnologia per il segmento dell'ultimo miglio in funzione delle rispettive esigenze.

	RAIN	RAIN-2	PRIP
Periodo di attuazione	2005-2008	2009-2015	2014-2015
Cavi a fibra ottica installati	3 357 km	5 775 km	485 km
Numero di punti di accesso	935	2 789	426
Numero di residenti raggiunti	~ 300 000	~ 700 000	~ 100 000

Uso del FEASR per raggiungere le zone più isolate

Ci si attendeva, e si sperava, che i piccoli operatori usassero la rete RAIN per fornire alle comunità e alle imprese nelle zone rurali i servizi nell'«ultimo miglio» e collegassero i piccoli comuni fra loro. È invece emersa la necessità di stanziare maggiori investimenti pubblici a favore delle comunità rurali difficili da raggiungere, nelle quali i fornitori privati difficilmente avrebbero offerto la soluzione.

Dal 2014 il progetto PRIP, finanziato con il sostegno del FEASR, sfrutta i risultati del progetto RAIN-2 specificamente per estendere la rete a fibra ottica e raggiungere le comunità rurali interessate. Sono stati posati ulteriori 485 km di cavi a fibre ottiche per connettere le zone rurali isolate alla «dorsale» della rete a banda larga del paese.

«Invitiamo gli operatori a banda larga a investire nelle comunità rurali. La creazione di questa rete a fibre ottiche supplementare nell'ambito del progetto PRIP ha ridotto i costi di investimento degli operatori commerciali e li incoraggia ad accedervi e fornire servizi a banda larga di qualità nelle zone rurali».

Gytis Liaugminas
Direttore, Placiajuostis internetas

Nell'ambito del progetto sono stati creati 426 punti di accesso supplementari su edifici prominenti nelle comunità rurali interessate, per esempio aziende agricole e centri agrituristici. Le diverse comunità possono poi sviluppare le soluzioni più adatte alle condizioni locali per collegarsi ai tali punti di accesso tramite tecnologie via cavo o senza fili.

L'ambito di applicazione del progetto PRIP è più limitato rispetto al progetto RAIN, ma l'attenzione specifica dedicata alle zone rurali difficili da raggiungere si è rivelata determinante per l'estensione dell'accesso alla banda larga nel mondo rurale. Nel 2015 la percentuale di famiglie con accesso a Internet a banda larga nelle zone rurali era salita al 58,4 % (dodici volte in più rispetto al 2005).

«Dal nostro esempio hanno tratto ispirazione altri paesi: siamo in contatto con molti Stati membri dell'UE e paesi terzi. L'infrastruttura a banda larga attualmente in costruzione in Georgia si basa sul modello lituano».

Gediminas Šečkus
Coordinatore del progetto, RAIN

Titolo del progetto	PRIP — Sviluppo di un'infrastruttura di connessione a banda larga nelle zone rurali
Tipo di beneficiari	Impresa pubblica — Placiajuostis internetas
Periodo	2011-2012
Finanziamento del progetto	Contributo del FEASR: 5 milioni di euro (85 % del totale, 15 % a carico delle finanze pubbliche nazionali)
Ulteriori informazioni	www.placiajuostis.lt
Contatti	v.tvaronavicius@placiajuostis.lt

2. Accesso digitale ai mercati

Le tecnologie digitali possono consentire alle imprese nelle zone rurali di raggiungere nuovi mercati e mercati più vasti. I progetti del FEASR possono sostenere i dettaglianti e i produttori delle zone rurali che usano tali metodi per avere accesso diretto ai consumatori e incrementare così le vendite e i margini di profitto.

Gli strumenti digitali specifici utili alle imprese nelle zone rurali comprendono **i siti Internet, i social media e le applicazioni per smartphone**. Il software e le applicazioni sono in continua evoluzione e ciò significa che problemi un tempo complessi, come la progettazione dei siti o la gestione dei pagamenti online, ora si possono risolvere tramite programmi di facile impiego, ai quali hanno accesso anche le imprese di piccole dimensioni.

Siti Internet

Un metodo fra i più diffusi per migliorare l'accesso digitale ai mercati consiste nel condurre **attività di commercializzazione e di promozione su Internet**. Quasi tutti i tipi di imprese nel mondo rurale possono trarre vantaggio dalla pubblicità e dalla promozione dei propri prodotti o servizi online.

Particolarmente interessante per i produttori rurali è la possibilità di usare gli strumenti digitali per effettuare **vendite dirette** ai (potenziali) clienti, senza necessità di ricorrere alle catene di fornitura tradizionali. In tal modo, è possibile aumentare i margini di profitto e accedere a un mercato molto più vasto, anche a livello internazionale.

I produttori delle zone rurali solitamente devono creare un apposito sito Internet per poter esporre e vendere i loro prodotti. Un approccio interessante consiste invece nel collaborare con altri produttori al fine di sviluppare **piattaforme comuni** per la promozione delle imprese locali. Questo è il metodo adottato, per esempio, nel progetto «PROVE» in Portogallo, che prevedeva anche un sistema di ordinazione online ai produttori locali ⁽¹⁾.

Queste soluzioni possono far parte di strategie volte a promuovere una regione o un settore nel suo insieme e hanno maggiori possibilità di essere promosse in contesti più vasti, per esempio attraverso gli uffici del turismo locali.

Nelle pagine seguenti è descritta un'iniziativa sostenuta da Leader che prevede la promozione dei ristoranti nel Sud della Francia tramite una piattaforma comune online che dà spazio anche ai dettaglianti e ai produttori locali.

⁽¹⁾ www.prove.com.pt

Oltre agli approcci da impresa a consumatore (B2C) sopra descritti, i siti e le piattaforme online sono usati anche nella comunicazione fra imprese, cioè in contesti **business-to-business** (B2B). Fra gli esempi pertinenti figurano i grossisti e gli acquirenti del settore pubblico, come le scuole e gli ospedali. Questi approcci possono espandere i mercati, rendere più efficienti le transazioni e agevolare l'ottimizzazione dei sistemi di consegna adattati alla domanda specifica.

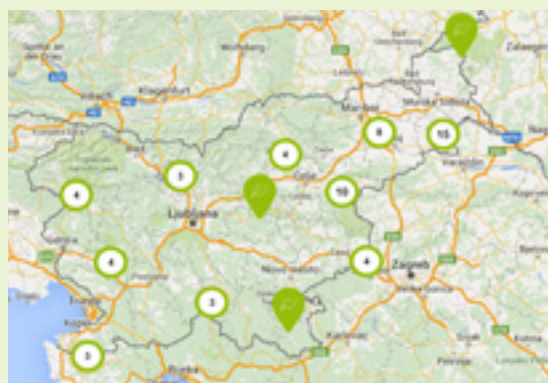
Social media e applicazioni per smartphone

Un settore affermatosi con particolare rapidità negli ultimi anni è quello dei **social media**, che permettono anche alla più piccola impresa di collegarsi ai (potenziali) clienti utilizzando una serie di strumenti facilmente accessibili, quali Facebook, Twitter e Instagram.

Analogamente, si possono usare le **applicazioni per smartphone** basate sulla tecnologia GPS per consentire ai residenti e ai visitatori di individuare i produttori locali che vendono i loro prodotti nelle vicinanze. Questo è l'approccio adottato, per esempio, nell'ambito del progetto austriaco «Squisitezze di cascina» ⁽²⁾. Le soluzioni più efficienti comprendono un mix di tutti questi strumenti digitali.

L'esempio descritto nelle pagine seguenti illustra come le aziende agricole biologiche in Slovenia si siano consorziate per sviluppare un portale su Internet e un'applicazione per smartphone che consentono ai consumatori di individuare le aziende e i prodotti agricoli nelle vicinanze.

⁽²⁾ www.gutesvombauernhof.at/index.php?id=3



Collaborare per favorire lo sviluppo dei mercati biologici in Slovenia

Un progetto realizzato nella regione nord-orientale della Slovenia ha riunito un gruppo di agricoltori biologici certificati al fine di sostenere e incoraggiare i rapporti diretti con i consumatori e promuovere la presenza dei prodotti biologici sui mercati locali. Fra gli strumenti promozionali sviluppati figurano un portale interattivo su Internet e un'applicazione per smartphone tramite i quali le aziende agricole biologiche possono promuovere i loro prodotti.

Costituita nel 2011, la cooperativa EKO-podeželje ha riunito sedici produttori di un ricco assortimento di prodotti biologici nella Slovenia nord-orientale. Lo scopo era collaborare al fine di superare gli ostacoli di mercato, come il costo più elevato dei prodotti agricoli biologici.

«Possono nascere sinergie se c'è fiducia reciproca e tutti i soci comunicano lo stesso messaggio.»

Silvo Pozdrec

Direttore, cooperativa EKO-podeželje

La cooperativa ha ricevuto sostegno dal FEASR per condurre una campagna di sensibilizzazione sui prodotti biologici e per migliorare la capacità dei soci di vendere i rispettivi prodotti direttamente ai consumatori utilizzando le nuove tecnologie.

Accesso diretto ai consumatori

Nell'ambito del progetto è stato sviluppato un portale interattivo su Internet www.ekoportalsi.si che consente agli agricoltori biologici di raggiungere direttamente i potenziali consumatori. Il portale offre ai consumatori la possibilità di ricercare i prodotti biologici in Slovenia per tipologia di prodotto e per località.

I consumatori possono effettuare ricerche in quattordici categorie di prodotti, tra cui miele e prodotti apistici, erbe aromatiche, frutta, ortaggi, verdure, latte, formaggio, uova e carni. Viene dato risalto anche alle attività turistiche delle aziende agricole biologiche, per esempio gli agriturismo biologici.

Il sistema online fornisce i risultati riportandoli su una cartina interattiva della Slovenia. I consumatori possono cliccare sulle singole aziende agricole e leggere una breve presentazione, nonché accedere a una serie di informazioni dettagliate, tra cui l'ubicazione, i prodotti offerti, la data della certificazione biologica, informazioni sui contatti e fotografie. Sono evidenziate anche altre aziende agricole biologiche della zona.

«Il progetto mi ha sicuramente aiutato a promuovere la mia azienda, soprattutto tramite il mio nuovo negozio online.»

Boris Uranjek

Agricoltore, socio della cooperativa EKO-podeželje

Sul sito Internet i consumatori possono trovare anche informazioni sui pregi dell'agricoltura biologica e altri dati concernenti l'etichettatura e la normativa in materia. Il portale è associato a un'applicazione per smartphone, «EKO podeželje», che permette agli utenti di localizzare le aziende agricole biologiche nelle vicinanze e i loro prodotti usando il GPS.



© Eko Portal

I produttori biologici possono trarre benefici dai loro prodotti di alta qualità grazie all'accesso diretto ai mercati.

Sensibilizzazione

Il progetto teneva conto della necessità di creare fiducia tra i consumatori nei riguardi dei prodotti biologici certificati. A tal fine è stato elaborato un piano di commercializzazione comune.

Il piano prevedeva visite e degustazioni presso i mercati locali, le aziende agricole dei soci e altri luoghi in cui i prodotti possono essere acquistati. In tutto sono stati organizzati 55 eventi, assieme a 79 degustazioni e 27 seminari rivolti a bambini e adolescenti.

I prodotti biologici sono stati promossi anche alle fiere commerciali e in occasione di altre manifestazioni attinenti all'agricoltura, all'alimentazione e all'ambiente. A sostegno di questa attività è stata prodotta un'intera serie di materiali promozionali, dai poster ai volantini ai video.

«Il principale insegnamento è stato che, collaborando in un gruppo, ogni produttore biologico poteva rafforzare la propria presenza sul mercato.»

Silvo Pozdrec

Direttore, cooperativa EKO-podeželje

Risultati

Il numero di visite al portale Internet del gruppo si è più che quintuplicato dall'agosto 2014 al maggio 2015 e il numero di utenti è sette volte maggiore rispetto a quello iniziale. Ciò si è sostanzialmente tradotto in un aumento generale delle vendite e un'espansione del settore biologico sul mercato regionale.

I soci della cooperativa sono incoraggiati dai risultati e si sono impegnati a proseguire l'attività al fine di migliorare l'accesso digitale ai consumatori.

«Il progetto ha confermato la necessità di dedicare più tempo alla vendita. Ci stiamo organizzando per svolgere più attività finalizzate a incrementare le vendite presso la nostra azienda.»

Zvonko Pukšič

Agricoltore, socio della cooperativa EKO podeželje

Inoltre il progetto ha già generato investimenti privati in successive iniziative promozionali e ha attirato l'attenzione di altri agricoltori interessati a svolgere attività collaborative analoghe.

Titolo del progetto	Sensibilizzazione e promozione delle vendite di colture e prodotti biologici
Tipo di beneficiari	Cooperative e agricoltori
Periodo	2012-2015
Finanziamento del progetto	Costo complessivo: 343 036 euro Contributo del FEASR: 199 990 euro Contributo pubblico nazionale: 143 046 euro
Ulteriori informazioni	<ul style="list-style-type: none"> • www.ekoportal.si • www.eko-podezelje.si
Contatti	silvo.pozdrec@eko-podezelje.si



© Eko Portal

La piattaforma su Internet permette agli utenti di localizzare i prodotti biologici e le aziende agricole che li producono nelle zone rurali della Slovenia.

«Pays Gourmand»: promozione dei ristoranti francesi

Tre progetti francesi collegati fra loro nel quadro di Leader hanno sviluppato, ampliato e promosso un'etichetta di qualità per i prodotti alimentari locali tramite un apposito sito Internet. I potenziali clienti — residenti o turisti — possono ora ricercare i ristoranti e i produttori locali accreditati in quasi settanta comuni del Sud della Francia.

L'iniziativa «Pays Gourmand» è stata avviata nel 2010, quando il gruppo di azione locale del «Pays» francese comprendente Asses, Verdon, Vaire e Var (cosiddetto «Pays A3V») ha condotto una ricerca sulle ricette proposte nei ristoranti locali. È risultato che pochissimi ristoranti della zona utilizzavano prodotti locali, nonostante la qualità e la varietà dell'offerta.

Una nuova etichetta di qualità

Per migliorare la qualità e la notorietà dei ristoranti locali e incoraggiare l'uso dei prodotti locali, è stata sviluppata una nuova etichetta, «Pays Gourmand». È stata redatta una Carta della qualità, nella quale sono definite le condizioni di accreditamento.

I ristoranti devono proporre nel loro menù almeno un piatto «Pays Gourmand» — preparato con prodotti prevalentemente locali — al giorno. Anche i bar possono ottenere l'etichetta, proponendo almeno tre bevande locali «Pays Gourmand» al giorno. Le proposte Pays Gourmand possono cambiare e i ristoranti sono incoraggiati a utilizzare prodotti di stagione.



© Pays Gourmand

«Le persone che vengono qui in vacanza non vogliono trovare gli stessi piatti che possono gustare ovunque. Perciò cerchiamo di proporre prodotti locali (...) in base alla stagione».

Bruno Roussey

Ristorante Pays Gourmand «Le Mot de la Faim», Embrun, Francia

Due progetti di cooperazione successivi, con ulteriori finanziamenti nel quadro di Leader, hanno esteso l'uso dell'etichetta al vicino Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance (cosiddetto «Pays SUD») e al «Pays Dignois». Entrambe le aree stavano già esaminando le possibilità di promuovere la cucina locale per motivi analoghi al Pays A3V.

L'estensione dell'uso dell'etichetta Pays Gourmand ha permesso ai nuovi territori di fruire del lavoro già svolto dal Pays A3V, senza dover sviluppare da zero un marchio concorrente. È risultata vantaggiosa anche per il Pays A3V, in quanto ha aumentato l'esposizione e la conoscenza generale del marchio Pays Gourmand.

Strumenti digitali

Un elemento centrale del progetto è stato lo sviluppo di un apposito sito Internet (www.paysgourmand.fr). Tutti i ristoranti e i dettaglianti accreditati vengono inseriti nella cartina Pays Gourmand dove possono essere facilmente individuati. Gli utenti del sito possono consultare una breve descrizione di ogni ristorante, tra cui l'ubicazione, i recapiti ed eventuali altre informazioni pertinenti sulle proposte Pays Gourmand disponibili.

«Le persone vengono nei ristoranti Pays Gourmand perché vogliono provare i diversi piatti locali e sanno di trovare prodotti locali di qualità, non necessariamente più costosi (...). L'etichetta attira numerosi clienti».

Louissette Ricaud

Ristorante Pays Gourmand «L'Oustalet», La Colle Saint-Michel, Francia

All'inizio del 2016 era possibile individuare con un click quasi cinquanta ristoranti e una dozzina di punti di vendita sulla cartina dei tre «Pays» della regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra nel Sud della Francia. La cartina contiene anche l'ubicazione e informazioni su quasi quaranta produttori locali che riforniscono i ristoranti accreditati.

Oltre alla cartina interattiva, gli utenti possono trovare informazioni dettagliate sui territori aderenti all'iniziativa Pays Gourmand, sui prodotti tipici locali, sulle ricette tradizionali della zona e una serie di alternative più moderne, tra cui una selezione di ricette dei ristoranti partecipanti. La pagina iniziale ogni giorno dà risalto a un ristorante, un produttore, un territorio e una ricetta diversi.

«Non accreditiamo le aziende agricole, ma cerchiamo di catalogare tutti i produttori locali che riforniscono i ristoranti accreditati e di promuoverli sul sito Internet in modo che i residenti e i turisti possano trovarle».

Olivia D'Haene,

Responsabile del progetto Pays Gourmand per il «Pays A3V»

Un altro strumento digitale messo a punto dalla squadra Pays Gourmand è una piattaforma online riservata ai soci, finalizzata a sostenere nuove relazioni commerciali tra punti di vendita e fornitori. Le aziende agricole partecipanti possono pubblicare i prodotti disponibili, che i ristoranti Pays Gourmand potrebbero essere interessati ad acquistare.

Titolo del progetto	Pays Gourmand
Tipo di beneficiari	GAL
Periodo	2010-2011
Finanziamento del progetto	Costo complessivo dei tre progetti Pays Gourmand: 194 500 euro Contributo cumulativo del FEASR: 107 400 euro Cofinanziamento cumulativo nazionale/regionale: 87 100 euro
Ulteriori informazioni	www.paysgourmand.fr
Contatti	paysgourmand@pays-a3v.net

© Pays Gourmand



La cartina Pays Gourmand evidenzia tutti i ristoranti accreditati nell'area interessata dal progetto.

3. Modernizzazione delle aziende agricole

La modernizzazione delle pratiche e delle attrezzature agricole può essere un elemento vitale per assicurare che le imprese agricole in Europa restino competitive. I programmi di sviluppo rurale offrono notevoli possibilità di agevolare il processo di modernizzazione.

La modernizzazione delle aziende agricole può riguardare un'ampia serie di attività, tra cui l'acquisto di macchine agricole più moderne, l'aggiornamento dei sistemi di gestione e l'uso dei dati. In molti casi può sembrare complicato e costoso, ma continuano a emergere nuovi sistemi che si possono applicare sia ai piccoli produttori sia alle grandi aziende agricole.

Agricoltura di precisione

L'agricoltura di precisione sfrutta il know-how tecnologico e tecnico per fornire agli agricoltori le informazioni di cui hanno bisogno per prendere decisioni più adeguate, ridurre i consumi e migliorare la produzione.

Le applicazioni pratiche dell'agricoltura di precisione in molti casi prevedono l'uso di **sensori** che trasmettono informazioni dettagliate e accurate su cui basare le decisioni di gestione, che si tratti di manutenzione delle siepi, di pianificazione dell'irrigazione o di zootecnia. Queste applicazioni possono rivelarsi particolarmente preziose per le aree rurali poco accessibili.

L'esempio descritto nelle pagine seguenti presenta un progetto realizzato in Spagna in cui il contributo del FEASR è stato usato per installare una rete di sensori negli alveari e disporre così di un sistema di allarme preventivo sulla salute delle api.

Le soluzioni possono comprendere il **monitoraggio delle esigenze relative alla gestione dei suoli** e delle prestazioni dei campi. Questo è stato l'approccio adottato nell'ambito di un ambizioso progetto di agricoltura di precisione in Belgio basato su immagini satellitari ⁽¹⁾. Le tendenze attuali evidenziano l'uso di droni o altri mezzi aerei che volano a bassa quota per raccogliere le informazioni richieste.

Un altro approccio prevede l'uso di software per il monitoraggio degli **animali muniti di tag elettronico** al fine di migliorare la gestione delle mandrie o dei greggi su terreni estesi. Nell'ambito di un progetto realizzato in Galles (Regno Unito) è stata messa a punto un'applicazione per ovini muniti di tag ⁽²⁾ che consente agli allevatori di seguire gli spostamenti del gregge con uno smartphone.

Altre tipologie di **software** nuovi ed emergenti potenzialmente utili comprendono i calcolatori dell'impronta ecologica e gli strumenti per monitorare l'inizio del parto nelle bovine. In molti casi questi software possono essere utilizzati proficuamente per contribuire a migliorare le prestazioni, anche nelle piccole aziende agricole.

Nelle pagine seguenti è descritto un progetto scozzese concernente un investimento in un moderno sistema di mungitura robotizzata destinato a incrementare la resa e favorire il passaggio alla produzione a valore aggiunto.

Agricoltura intelligente

La modernizzazione delle aziende agricole non deve necessariamente puntare all'ultima innovazione tecnologica o richiedere enormi investimenti. Le aziende agricole possono modernizzare i **processi produttivi** con impianti di piccole dimensioni e introducendo **modalità di lavoro innovative** e intelligenti, per esempio la condivisione di risorse fra più aziende.

Esistono vari esempi consolidati in cui l'**uso cooperativo dei macchinari** ha ridotto al minimo i costi sostenuti dai singoli agricoltori per acquistare le attrezzature specializzate più costose. Non deve per forza trattarsi dell'ultimo ritrovato tecnologico, basta che sia un mezzo idoneo a svolgere il servizio adeguato alle esigenze degli agricoltori.

L'adozione di sistemi di coltivazione moderni può essere agevolata da servizi di consulenza specialistica indipendenti e da strumenti analitici di supporto. Possono essere favoriti anche da scambi fra pari e dalla cooperazione tra produttori rurali.



⁽¹⁾ http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp_view/en/view_project_681_en.html

⁽²⁾ www.bbc.com/news/uk-wales-34211541

Tecnologie basate sui sensori per il controllo a distanza delle popolazioni di api in Spagna

Il progetto «Apilink» in Spagna ha introdotto un sistema di osservazione che permette il rilevamento precoce dei problemi in circa cinquecento alveari. Il progetto intersettoriale, che ha riunito scienziati e professionisti, ha migliorato la capacità degli apicoltori di adottare soluzioni efficaci sotto il profilo dei costi per preservare gli alveari e, di conseguenza, i prodotti legati al miele.

Il progetto è stato avviato in risposta alla diminuzione delle popolazioni di api in Spagna, osservata anche altrove in Europa. I problemi incontrati riguardavano, fra l'altro, la crescente moria degli alveari dovuta al fenomeno sempre più diffuso dello spopolamento, cioè quando le api operaie abbandonano la regina e l'alveare.

Il titolo completo del progetto Apilink era: «Controllo a distanza degli alveari per ridurre i costi e aumentare la produttività quale misura di sostegno alle popolazioni rurali». È stato condotto dall'Università europea di Madrid, in collaborazione con l'Università di Cordova e le associazioni di apicoltori delle Asturie, dell'Aragona e di Malaga.

«L'apicoltura non richiede grossi investimenti iniziali e rappresenta quindi un'alternativa sempre più interessante per l'imprenditoria rurale. Tuttavia, problemi quali il degrado dell'ambiente [e] le nuove patologie (...) rendono sempre più necessario (...) individuare i problemi in una fase precoce».

David Atauri

Responsabile del progetto, Apilink

Informazioni provenienti da cinquecento alveari

Sono stati installati sensori in circa cinquecento alveari distribuiti fra cinque apiari: tre gestiti da apicoltori privati che presentavano differenze in termini di pratiche e di clima locale e due gestiti da ricercatori universitari con la consulenza delle associazioni degli apicoltori.

I sensori rilevano il rumore prodotto dalle api nella colonia e trasmettono le informazioni a un unico terminale che elabora i dati e li archivia in una banca dati centrale. Il sistema individua i suoni e le variazioni all'interno degli alveari che possono segnalare problemi. Ciò è possibile perché le api producono un rumore costante che rispecchia le loro comunicazioni e attività.

Con questa tecnologia, il sistema genera automaticamente rapporti periodici e li trasmette direttamente agli apicoltori per via elettronica. Inoltre, quando l'attività dello sciame si riduce, un allarme è inviato direttamente sul computer o smartphone dell'apicoltore per permettergli di intervenire con tempestività.



© Apilink

Si ricorre ai sensori per disporre di un sistema di allarme preventivo sullo stato di salute della colonia di api e per migliorare le conoscenze scientifiche dei pericoli cui sono esposte.

«Il controllo a distanza consente agli apicoltori di sapere se un alveare è rimasto orfano (senza regina), se ha problemi di salute o se sta producendo miele».

David Atauri
Responsabile del progetto, Apilink

Il progetto pilota ha fornito informazioni per un periodo di tre anni, durante i quali i ricercatori hanno introdotto modifiche e miglioramenti nel sistema di monitoraggio.

Impatto economico e scientifico

Favorendo un intervento tempestivo, il sistema assicura che gli apicoltori abbiano maggiori probabilità di evitare le ripercussioni negative di fenomeni quali lo spopolamento degli alveari e la diffusione di epidemie. La riduzione della moria si traduce in un incremento della produzione con benefici economici per gli apicoltori.

Inoltre con questo metodo si ottengono risultati migliori con costi finanziari inferiori. I sistemi usati in precedenza per verificare lo stato di salute delle colonie di api erano ad alta intensità di manodopera, in quanto comportavano ispezioni regolari degli alveari, spesso distanti gli uni dagli altri. Tali ispezioni non solo sono costose, sono anche causa di stress nelle colonie.

«[I sistemi di allarme preventivo] aiutano gli apicoltori a prendere decisioni più razionali riguardo al momento più opportuno in cui ispezionare gli alveari o effettuare controlli dello stato di salute delle api».

David Atauri
Responsabile del progetto, Apilink

Il progetto aveva anche importanti risvolti scientifici, in quanto ha fornito un archivio di megadati che i ricercatori possono studiare per migliorare le conoscenze sulla salute degli alveari e l'individuazione precoce dell'impatto ambientale sulle api, in particolare la sindrome da spopolamento degli alveari. Un aspetto importante è che si tratta di una banca dati aperta, che può essere consultata da altri apicoltori, ricercatori o soggetti interessati.

Il progetto ha dimostrato che le tecnologie moderne possono essere applicate con efficacia in un settore tradizionale e rivelarsi di grande utilità pratica per gli imprenditori del mondo rurale. È anche un buon esempio di come i ricercatori possano collaborare con i produttori delle zone rurali nel comune interesse e a vantaggio reciproco. La partecipazione degli apicoltori e delle loro associazioni è stata essenziale per adattare il sistema alle esigenze locali e suscitare ampio interesse nel settore nei riguardi dell'iniziativa.

Titolo del progetto	Apilink
Tipo di beneficiari	Università e associazioni degli apicoltori
Periodo	2012-2014
Finanziamento del progetto	183 900 euro di finanziamenti erogati dalla rete nazionale spagnola per l'assistenza tecnica preparatoria e per l'attuazione del progetto
Ulteriori informazioni	www.apilink.net
Contatti	info@apilink.net

Formaggio Kedar: produzione a valore aggiunto grazie alla modernizzazione dell'azienda agricola

Un'azienda agricola scozzese a conduzione familiare ha usato il sostegno del FEASR per modernizzare il processo di produzione del latte introducendo la mungitura robotizzata. In tal modo è riuscita a incrementare la produzione lattiera e a risparmiare ore di lavoro. Ciò ha sostenuto l'obiettivo a lungo termine di produrre formaggi e migliorare la competitività dell'azienda.

Un nuovo modello operativo

La TE Lochhead and sons era un'azienda lattiera tradizionale, la cui mandria fu annientata dall'epidemia di afta epizootica che colpì la Scozia meridionale nel 2001. Invece di limitarsi a sostituire il bestiame, Gavin Lochhead e la sua famiglia esaminarono varie possibilità di distinguersi dagli altri allevatori. Decisero di dedicarsi alla produzione di formaggi, che conferiva valore aggiunto al loro prodotto primario, il latte.

L'allevatore ha potuto aderire all'iniziativa scozzese «Programma di sviluppo di valore aggiunto e qualità», che ha permesso all'azienda di partecipare a una serie di seminari

e sviluppare una solida giustificazione economica. Su queste basi è stato elaborato un piano aziendale completo e una proposta di investimento per ottenere sia una sovvenzione sia un prestito bancario.

«La nostra azienda vanta una lunga e consolidata tradizione, ma è importante cercare di esplorare nuove opportunità. Quando saremo pienamente operativi, il nostro latte venduto sotto forma di formaggio dovrebbe valere il doppio di quanto riceviamo attualmente».

Gavin Lochhead
Allevatore di bestiame da latte e produttore di formaggi

© Gavin Lochhead



La mungitura robotizzata ha migliorato l'efficienza e incrementato la produzione di latte dell'azienda familiare.

Investire in un nuovo impianto di produzione di formaggi non bastava. Per poter dedicare tempo ed energie sufficienti alla produzione casearia, la famiglia doveva migliorare l'efficienza e la capacità del processo di mungitura. Era necessario ottenere un maggiore quantitativo di latte e ridurre il tempo dedicato a mungere le vacche. La soluzione è stata installare un moderno sistema di mungitura robotizzato.

Un sistema di mungitura moderno

Oltre alle proprie risorse finanziarie, la famiglia Lochhead ha potuto accedere a prestiti bancari e a una sovvenzione erogata attraverso le misure del PSR a favore della diversificazione dell'economia rurale. L'importo totale dell'investimento per la costruzione di un nuovo complesso destinato a ospitare 150 vacche era superiore a 1,5 milioni di euro. Il complesso comprendeva un locale separato adibito alla lavorazione casearia ed era munito di tre robot di mungitura, oltre a un capannone per l'allevamento dei vitelli e un deposito per i fanghi.

La produzione casearia che utilizza i robot di mungitura è stata avviata nel 2013. Il processo automatizzato ha incrementato il numero di mungiture per vacca e il quantitativo totale di latte prodotto dalla mandria. Ha inoltre reso possibile un monitoraggio più efficace ed efficiente della salute degli esemplari femmine e della qualità del latte dell'intera mandria.

«La mungitura robotizzata ci fa risparmiare cinque ore al giorno, che prima passavamo a mungere. Migliora il benessere degli animali e ci permette di concentrarci sull'allevamento del bestiame e sulla produzione e commercializzazione dei formaggi».

Gavin Lochhead

Allevatore di bestiame da latte e produttore di formaggi

La famiglia ha effettuato un secondo investimento in un piccolo impianto di produzione di formaggio nel caseificio. L'investimento è stato realizzato con l'aiuto di un prestito bancario, ottenuto sulla base di uno studio di fattibilità completo condotto con l'assistenza del servizio scozzese di consulenza agricola (Scottish Farm Advisory Service).

Un prodotto finale di nicchia

Nell'ambito del modello operativo generale, la famiglia Lochhead ha acquistato 150 vacche di razza Bruna svizzera al fine di diventare l'unico produttore di formaggi di questa razza bovina nel Regno Unito. Ha inoltre portato a termine un piano volto ad assicurare che la produzione ottenesse la certificazione biologica, per un'ulteriore differenziazione dell'offerta su un mercato fortemente competitivo.

L'azienda ha cominciato a produrre e vendere il primo formaggio nel 2016, una mozzarella alla quale faranno seguito altri formaggi «di montagna» (in stile svizzero).

«La ricerca di mercato ha aiutato l'azienda a individuare una nicchia non ancora occupata nel mercato dei formaggi. Oltre a sfruttare questa nicchia, il progetto creerà anche alcuni posti di lavoro nella zona e ha le potenzialità per crearne altri in futuro».

Paul Mayfield

Consulente dell'industria alimentare

Il nuovo modello operativo ha comportato notevoli investimenti nella modernizzazione degli impianti di produzione dell'azienda familiare. Tuttavia, con il sostegno efficace dei consulenti agronomi scozzesi, la famiglia Lochhead ha individuato valide soluzioni per conferire valore aggiunto alla propria produzione e trarne vantaggi concreti grazie alla filiera corta delle vendite attraverso i mercati contadini e i punti vendita locali, compresi quelli delle aziende agricole.

Titolo del progetto	Modernizzazione dell'azienda agricola per creare valore aggiunto
Tipo di beneficiari	Agricoltore
Periodo	2011-2013
Finanziamento del progetto	Costo complessivo: 1 620 000 euro Contributo del FEASR: 412 000 euro Contributo privato: 1 208 000 euro
Ulteriori informazioni	<ul style="list-style-type: none"> • www.kedarcheese.co.uk • www.youtube.com/watch?v=FSjHLiDiMAE
Contatti	glochhead@btconnect.com

4. Sviluppo dei mercati

Per sostenere la competitività dei produttori europei è essenziale studiare anche come sviluppare l'accesso ai mercati. Il sostegno del FEASR può essere usato per aiutare i produttori a superare gli ostacoli all'accesso ai mercati esistenti o a sviluppare prodotti nuovi o di valore più elevato per espandere il mercato o crearne di nuovi.

Negli ultimi anni i produttori delle zone rurali hanno potuto diversificare le proprie attività in diversi settori al fine di sviluppare i mercati sui quali operano o cercano di entrare. Alcuni di questi mercati esistono da molti anni, ma sono diventati più accessibili con il passare del tempo. Altri si possono considerare «nuovi» mercati, basati sulla creazione di «nuovi» prodotti.

Alimentazione pubblica

Un potenziale e importante settore di crescita per i produttori europei è rappresentato dall'accesso al vasto **mercato dell'alimentazione pubblica**. Tale mercato può comprendere i prodotti alimentari acquistati in alcune scuole, asili infantili, ospedali e carceri. Accedere a questo mercato è sempre stato difficile, perché i singoli agricoltori fanno fatica a soddisfare i requisiti in termini di quantitativi costanti, varietà dell'offerta e qualità uniforme.

Le strategie intelligenti per ottenere accesso a questo importante mercato pubblico comprendono la creazione o la promozione di **cooperative o reti di produttori** in grado di soddisfare i requisiti degli acquirenti a livello di gruppo. Tali reti possono essere virtuali o reali.

Altri approcci, diversi o collegati, possono prevedere utili cambiamenti all'interno dei **sistemi di appalto pubblico**. In Scozia, per esempio, gli appalti nel settore dell'alimentazione pubblica sono stati frazionati in lotti per consentire a fornitori di varie dimensioni di concludere contratti di entità più modesta.

Nelle pagine seguenti è descritto un progetto sloveno relativo alla creazione di una cooperativa di produttori agricoli per riformare un nuovo consorzio di scuole e asili statali.

Mercati di nicchia

Quando sono in grado di ridefinire e adattare la propria produzione alle esigenze specifiche del mercato, le imprese possono creare un punto di vendita esclusivo, che le differenzia dalle altre imprese. Questo può essere un fattore decisivo per il mantenimento della redditività economica in un settore competitivo.

Si possono sviluppare pratiche che conferiscono **valore aggiunto ai prodotti**, per esempio trasformando direttamente i propri prodotti primari in prodotti finiti con margini di profitto più elevati. I progetti possono anche mirare allo sviluppo di **nuovi prodotti**, compresi quelli ottenuti da materiali precedentemente considerati rifiuti. Questo è l'approccio adottato in un progetto realizzato a Malta, che ha trasformato gli scarti di pomodoro in un nuovo «prelibato aceto di pomodoro» ⁽¹⁾.

Un approccio alternativo può consistere nell'approffittare della rinomanza o delle particolari **caratteristiche della produzione locale**, per esempio quelle riconosciute dalle denominazioni dei prodotti alimentari protette nell'UE, per sviluppare un mercato di nicchia. Questo è l'approccio seguito nell'ambito di «Sapori deliziosi della Grecia» ⁽²⁾, un progetto di cooperazione Leader tra le regioni del paese.

Nelle pagine seguenti è descritto un progetto realizzato in Finlandia, riguardante lo sviluppo di un nuovo marchio di integratori alimentari destinati al mercato internazionale a base di erbe aromatiche tradizionali della Lapponia.

Altre strategie hanno puntato sullo sviluppo di **nuove modalità di vendita**, online (cfr. sezione 2) o basate su un'infrastruttura fisica, in molti casi a livello locale e su scala relativamente ridotta. Per esempio sono stati creati punti di vendita presso produttori artigianali o aziende agricole, mercati contadini o Food Truck, vere e proprie cucine su ruote che servono cibo in strada. Si possono anche instaurare nuove relazioni fra alberghi, ristoranti e fornitori locali.

⁽¹⁾ http://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/gp_webtemplate_tomatomt.pdf

⁽²⁾ <http://www.finestgreekstastes.com>



Accesso al mercato dell'alimentazione pubblica in Slovenia

Un progetto sloveno illustra un approccio vincente per consentire ai piccoli produttori locali di accedere all'importante mercato dell'alimentazione pubblica. La creazione di una rete di produttori e di un consorzio di scuole e asili infantili ha permesso di instaurare una relazione di compravendita fra le due parti.

Il gruppo di azione locale (GAL) «Cuore della Slovenia» ha inserito fra le sue alte priorità «il miglioramento della qualità e del valore aggiunto della coltivazione e della trasformazione dei prodotti agricoli locali e della loro commercializzazione». Per conseguire questo obiettivo, il gruppo mira a sostenere le attività di rete e la collaborazione fra i soggetti locali al fine di sviluppare soluzioni innovative.

La strategia ha riconosciuto che molti produttori locali non offrono la varietà o i quantitativi necessari per soddisfare in modo continuativo e affidabile la domanda dei grandi acquirenti, come le scuole, i ristoranti e gli alberghi.

Una cooperativa di produttori

In questo contesto, la cooperativa di sviluppo rurale Jarina ha ricevuto finanziamenti nel quadro di Leader per una serie di attività collegate fra loro volte a promuovere l'autosufficienza alimentare nella zona del GAL.

«Con buoni servizi e un atteggiamento imprenditoriale socialmente responsabile da parte di tutti i soggetti interessati, le filiere corte hanno grandi potenzialità, non solo sotto il profilo economico, ma anche in termini di qualità del cibo e di qualità della vita.»

Vesna Erhart
Cooperativa Jarina

Una particolare opportunità è stata individuata nel mercato dell'alimentazione pubblica. La cooperativa Jarina ha cercato di superare gli ostacoli incontrati dai produttori locali nell'accesso a questo mercato agevolando la cooperazione fra loro per generare collettivamente la continuità e la qualità della fornitura necessarie per soddisfare le esigenze del mercato.

La cooperativa Jarina ha cercato di spiegare ai produttori che, lavorando insieme, potevano migliorare il profilo delle loro imprese. Il risultato è stata la creazione di una rete di aziende agricole locali di diverse dimensioni. Collaborando con Jarina, ogni produttore locale è in grado di concentrarsi sulla sua principale attività di produzione alimentare e lasciare che la cooperativa si occupi di individuare e sviluppare il mercato.

Jarina organizza l'intera catena di distribuzione, dal prelievo dei prodotti presso le aziende agricole alla consegna agli acquirenti. Applica una strategia orientata al mercato e combina prodotti di più aziende per soddisfare le esigenze specifiche degli acquirenti, tenendo presente la qualità richiesta.

«La nostra rete conta circa cento produttori e ci consente di soddisfare le esigenze degli acquirenti. E, poiché i produttori sono situati in regioni diverse con particolari condizioni climatiche, siamo in grado di consegnare prodotti freschi per un periodo molto più lungo.»

Vesna Erhart
Cooperativa Jarina



© Jarina

La cooperativa Jarina organizza l'intera catena di approvvigionamento per migliorare l'accesso ai mercati da parte dei piccoli produttori.

Un consorzio di scuole e asili

Per sviluppare la possibilità specifica di rifornire il mercato dell'alimentazione pubblica, la cooperativa Jarina ha lavorato direttamente con le scuole e gli asili infantili. Ha incontrato i presidi, i cuochi e gli organizzatori della mensa scolastica per informarli in merito alla disponibilità e ai potenziali impieghi degli ingredienti locali. Si è anche adoperata per migliorare le conoscenze degli acquirenti riguardo alla stagionalità di alcuni prodotti.

Ha collegato queste discussioni allo sviluppo di programmi educativi volti a promuovere i benefici derivanti dal consumo di prodotti locali per i bambini e le loro famiglie, comprendenti dimostrazioni, seminari e gite presso le aziende agricole.

La cooperativa Jarina ha condotto discussioni con gli istituti di istruzione sull'utilità di consorzarsi per ordinare collettivamente quantitativi adeguati a tutto vantaggio sia degli acquirenti sia dei fornitori. Il risultato è stata la costituzione formale di un consorzio di quindici scuole e asili infantili.

La creazione della rete di fornitori e del consorzio di acquirenti ha assicurato la presenza di una capacità adeguata alle due estremità della catena di approvvigionamento. Ciò ha permesso di instaurare una relazione tra le scuole e i produttori locali ai fini dell'approvvigionamento.

L'attività svolta ha inoltre aiutato i fornitori locali a sviluppare altri mercati locali, tra cui quello degli alberghi e dei ristoranti. La promozione del successo ottenuto dal progetto è anche riuscita ad attirare l'attenzione di questi acquirenti privati e ha portato alla conclusione di nuovi contratti di fornitura.

«Siamo molto orgogliosi della cooperativa Jarina. In seguito è stata invitata a rifornire di prodotti locali gli alberghi e i ristoranti di Lubiana, la Capitale verde europea nel 2016».

Aleksandra Gradišek
Dirigente, GAL «Cuore della Slovenia»

Titolo del progetto	Espansione della rete di prodotti locali nella zona del GAL «Cuore della Slovenia»
Tipo di beneficiari	Cooperativa di sviluppo rurale
Periodo	2012-2014
Finanziamento del progetto	Bilancio complessivo: 61 000 euro Finanziamento Leader: 49 000 euro Cofinanziamento privato: 12 000 euro
Ulteriori informazioni	www.jarina.si
Contatti	info@jarina.si

Gli straordinari super alimenti della regione artica finlandese

Una piccola start-up finlandese ha messo a punto integratori alimentari a base di erbe e piante aromatiche tradizionali provenienti dalla Lapponia. Ha dimostrato come lo sviluppo di prodotti di nicchia, sostenuto da una promozione del marchio e una commercializzazione efficaci, offrano la possibilità di raggiungere nuovi importanti mercati.

«Arctic Warriors» (guerrieri artici), è nata dall'apprezzamento da parte di tre amiche delle notevoli proprietà naturali delle piante ed erbe aromatiche autoctone della Lapponia. Le virtù nutrizionali delle piante lapponi sono rafforzate dagli inverni freddi e dalle lunghe notti estive di questo territorio artico.

«Ci infastidiva il fatto che i super alimenti fossero importati in Finlandia, quando era dimostrato che le piante tradizionali della Lapponia erano sane, vigorose e ricche di nutrienti. Perciò abbiamo deciso di fare qualcosa al riguardo».

Katja Misikangas, Ilkka Kauppinen, Tuija Kauppinen
Gruppo di gestione, Arctic Warriors

Nuovi prodotti, nuovo marchio

Le tre amiche sono riuscite ad accedere ai finanziamenti destinati alle start-up dal gruppo di azione locale «Peräpohjolan Leader ry» per sviluppare la propria impresa e promuovere il proprio marchio di nuovi integratori alimentari. L'obiettivo era trasformare le erbe e le piante autoctone della Lapponia in super alimenti da immettere sul mercato in crescita degli alimenti naturali energetici.

Le socie hanno riconosciuto che la promozione del marchio e la confezione erano essenziali per raggiungere un mercato relativamente giovane. Intendevano sviluppare un prodotto divertente, facile da usare e consumare, che trasmettesse la sensazione e il carattere particolare di questi prodotti naturali lapponi.

L'idea del marchio girava intorno al concetto di «Arctic Warriors», che intendeva esprimere sia i punti forti del prodotto sia la filosofia dell'impresa. Sono stati ideati i marchi per tre prodotti, basati su tre tipi di guerriero artico: difensore, combattente ed energetico:

- 1) **gel difensore:** con angelica, ortica e glicerina nordica, per rafforzare le difese immunitarie;
- 2) **gel combattente:** con rodiola rosea e ortica, per evitare tensione o stanchezza;
- 3) **miele energetico:** con miele, rodiola rosea e ortica, per lo sport o altre attività fisiche.

Sulla confezione è riprodotto in colori vivaci il disegno del guerriero corrispondente al prodotto, con la chiara indicazione degli ingredienti naturali al 100 %. I prodotti sono disponibili in bottiglie o confezioni di plastica facili da aprire mentre si è in movimento: basta piegarli e spremere fuori la bevanda. Possono essere consumati direttamente o aggiunti a bevande.

«Un marchio di questo tipo era atteso da tempo. Il sapore ti fa sorridere. La confezione è carina, finlandese e naturale».

Taika Nummi
Studentessa

Sostegno agli agricoltori locali

Arctic Warriors si è impegnata a partecipare attivamente allo sviluppo dell'economia locale. Ha creato una rete di agricoltori locali dai quali non solo acquista le materie prime, ma scambia anche informazioni e buone pratiche di coltivazione delle erbe aromatiche.

La relazione è importante per l'impresa in termini di garanzia della qualità dei prodotti locali, sostegno agli agricoltori locali e posizione dell'impresa nell'ambito dell'economia e della comunità locale. Ha già incentivato altri agricoltori locali a cominciare a coltivare erbe aromatiche tradizionali parallelamente alle loro principali attività agricole.

«Abbiamo notato che i nostri clienti sono molto colpiti quando vengono a sapere che conosciamo personalmente i nostri fornitori e seguiamo il percorso delle erbe dal seme al prodotto finale».

Tuija Kauppinen
Socia e responsabile vendite e marketing, Arctic Warriors

Accesso ai mercati internazionali

In collaborazione con un consulente di marketing su Internet, il marchio Arctic Warriors ha continuato a rafforzare la propria presenza online, anche tramite Facebook, Twitter e Instagram. Il sito contiene abbondanti informazioni sull'impresa, i prodotti, le piante, gli agricoltori e testimonianze di clienti soddisfatti.

Il sito contiene un negozio online e fornisce collegamenti con più di 25 negozi online e con numerosi negozi e supermercati distribuiti sull'intero territorio della Finlandia presso i quali si possono acquistare i prodotti Arctic Warriors. Nell'arco di un periodo relativamente breve, Arctic Warriors ha espanso le proprie attività in Finlandia e sui mercati norvegesi e svedesi.

Fondamentalmente, il gruppo ha continuato a sviluppare attività di commercializzazione a livello internazionale per i suoi prodotti di nicchia. Berrytime, un negozio online di Hong Kong, vende ora i prodotti Arctic Warriors a livello mondiale. L'impresa sta anche trattando con potenziali rivenditori in Corea del Sud, Cina e Canada.

Titolo del progetto	Arctic Warriors
Tipo di beneficiari	Impresa privata (start-up)
Periodo	2014
Finanziamento del progetto	Costo complessivo: 30 890 euro Contributo del FEASR: 15 129 euro Contributo privato: 15 761 euro
Ulteriori informazioni	www.arcticwarriors.fi
Contatti	info@arcticwarriors.fi



© Arctic Warriors

Gli integratori alimentari Arctic Warriors fanno ricorso a tecniche di commercializzazione ben studiate per accedere ai mercati internazionali.

5. Diversificazione dell'economia rurale

Le strategie intelligenti di sviluppo rurale devono tenere conto dell'ampia gamma di (potenziali) attività economiche rurali al di là degli assi principali della produzione agricola e forestale.

Diversificare l'economia rurale significa sfruttare importanti settori di crescita per lo sviluppo rurale, come l'«economia dell'esperienza», in base alla quale i consumatori spendono denaro per le attività anziché per i prodotti. La diversificazione può dare slancio all'economia, oltre a ridurre la dipendenza di alcune zone rurali dalla produzione.

Diversificazione può significare che i produttori rurali espandono le loro attività in altri settori e altri soggetti del mondo rurale sviluppano molte altre tipologie di attività. Tali attività spesso si basano sul patrimonio naturale e culturale della zona, tra cui le aziende agricole e i boschi.

Al centro di molte strategie di diversificazione dell'economia rurale vi è la necessità di attirare visitatori nella zona affinché spendano denaro nei negozi locali, usino i servizi locali e sostengano le imprese locali. Le strategie intelligenti possono basarsi sull'uso di nuove tecnologie, nonché su approcci integrati che affrontano in modo strategico lo sviluppo di un'area locale.

Un'offerta locale competitiva

Le comunità e le imprese del mondo rurale che cercano di attirare visitatori possono proficuamente prendere in considerazione l'idea di offerta turistica locale combinata — **creazione di mete turistiche**. Una sola impresa o attività avrà una certa capacità di attrazione. Tuttavia, se è abbinata ad attività e servizi complementari, tra cui luoghi in cui soggiornare, luoghi in cui mangiare, attività alternative e luoghi in cui fare acquisti, l'attrazione sarà maggiore. Si crea così una «meta turistica».

Il sostegno del FEASR è stato usato da soggetti del mondo rurale per sviluppare l'offerta da proporre a potenziali turisti in specifiche località rurali. Tendenzialmente tali offerte funzionano meglio quando coinvolgono i diversi gruppi interessati della comunità locale nell'attuazione di un approccio strategico generale coerente.

L'esempio riportato nelle pagine seguenti presenta un progetto locale realizzato in Bulgaria mediante il quale sono state sviluppate alcune attrazioni turistiche complementari nell'ambito di un'offerta generale rivolta ai turisti rurali.

Altri approcci possono prevedere la specializzazione in un particolare settore di attività, per esempio l'enogastronomia locale o gli sport estremi, come le arrampicate e il parapendio.

Strumenti intelligenti per i visitatori

Oltre a un'offerta interessante, le strategie rurali devono raggiungere i potenziali visitatori per spiegare loro cosa possono trovare, perché dovrebbero visitare la zona e come possono organizzare il soggiorno.

Il sostegno del FEASR può essere usato per sviluppare strumenti online come le **piattaforme su Internet e le campagne di marketing** che presentano in vari modi le svariate attività e attrattive locali.

Tra gli strumenti più specifici figurano le applicazioni per smartphone (**app**) che aiutano le persone a sfruttare al massimo il tempo che trascorrono nella zona. Migliorando l'esperienza dei visitatori, tali strumenti possono avere il duplice vantaggio di aumentare il numero di visitatori e ampliare le loro possibilità di spendere soldi negli esercizi locali.

Nelle pagine seguenti è descritto un progetto realizzato in una regione del Belgio concernente lo sviluppo di uno strumento online e di un'applicazione per smartphone per attirare una nuova generazione di visitatori sui sentieri escursionistici locali.



Raggruppare l'offerta locale per attirare turisti nella Bulgaria rurale

Il comune di Borino nel Sud della Bulgaria ha beneficiato di un finanziamento del FEASR per sviluppare nuove attrazioni turistiche e strumenti atti a facilitare l'accesso ai siti naturali e di interesse storico della regione. Il progetto costituisce un buon esempio di approccio integrato adottato per promuovere il turismo rurale.

Approccio di tipo partecipativo

Il progetto ha preso il via dopo che un gruppo di azione locale (GAL) nella regione montuosa dei Rodopi occidentali è riuscito a coinvolgere i residenti e incoraggiarli a proporre idee per la creazione di nuove attrazioni turistiche che andassero a integrare i siti naturali già rinomati della regione.

Innanzitutto sono state condotte campagne di informazione in vari comuni per coinvolgere i residenti nello sviluppo della zona con i finanziamenti erogati nell'ambito di Leader/ sviluppo locale di tipo partecipativo. In occasione di una riunione, un residente ha proposto di ricreare un'attrazione usata nelle feste e nelle fiere di paese risalente agli anni trenta del secolo scorso: un prototipo primitivo di ruota panoramica.

«Queste "folli idee locali" vengono realizzate soltanto grazie ai finanziamenti Leader. Sarebbe molto difficile ricreare un'attività locale così specifica attraverso altre misure del PSR. È questo il principale punto di forza dell'approccio Leader: un individuo o una comunità ha l'opportunità di realizzare i suoi sogni».

Bilgin Asanov

Coordinatore, GAL «Rodopi occidentali»

Verso un approccio integrato

L'idea di recuperare il prototipo di ruota panoramica è stata ampliata in stretta collaborazione con la comunità locale e inserita in un progetto destinato a includere complessivamente quattordici attrazioni turistiche che integrano e promuovono i siti naturali della regione, quali le cave di Yagodina e Dyavolsko gyro («la gola del diavolo»).

Le attrazioni comprendono un sollevatore a braccio alto 20 metri che offre una vista panoramica sulle montagne, una stazione ornitologica dotata di telescopi e binocoli che consentono di osservare uccelli rari e 62 chilometri di pista ciclabile.

Per facilitare l'accesso a queste e altre attrazioni nella zona, il progetto ha previsto la costruzione di due centri di informazione e carte in rilievo sulle quali sono evidenziati i sentieri escursionistici e ciclabili, oltre a tutti i siti naturali che ogni anno attirano migliaia di turisti.

Queste attività sono state progettate per integrare un altro progetto del GAL finanziato dal FEASR, riguardante la costruzione di un sentiero in legno lungo 20 chilometri, denominato «il sentiero del diavolo», che attraversa le montagne e offre agli escursionisti la possibilità di ammirare panorami precedentemente inaccessibili.



I soggetti interessati hanno attinto alla propria storia culturale per ricreare un'attrazione locale risalente agli anni trenta del secolo scorso.

© LAG 'Western Rhodope'

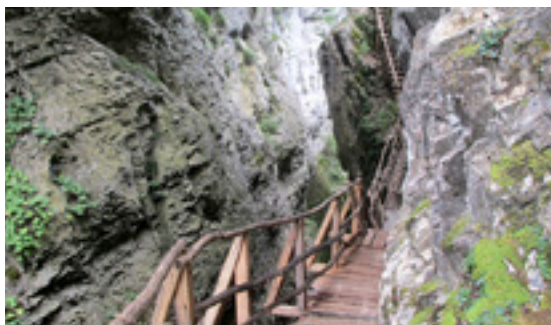
Sia il GAL sia il comune sono propensi ad avviare ulteriori attività per migliorare l'infrastruttura e facilitare l'accesso a queste varie attrazioni. I piani e le idee comprendono la costruzione di parcheggi, punti di osservazione, ponti, rifugi e punti di informazione.

Uso di tecnologie moderne

Nell'ambito dell'approccio integrato, il GAL ha ideato e sviluppato strumenti TIC (tecnologie della comunicazione e dell'informazione) per migliorare la conoscenza della zona e promuoverla. Un apposito sito Internet era già stato creato per promuovere il «sentiero del diavolo». Il progetto ha anche previsto la possibilità di effettuare prenotazioni online negli alberghi e negli ostelli nella regione.

Come fase successiva, a seguito della costruzione di tutte le nuove attrazioni nel 2015, il GAL, insieme con il comune di Borino, le presenterà ufficialmente e le promuoverà tramite l'apposito sito Internet. Sarà sviluppata anche un'applicazione per smartphone per offrire agli escursionisti e ai ciclisti la possibilità di navigare agevolmente tra i vari sentieri di montagna.

Gli strumenti intelligenti sono considerati un elemento essenziale per promuovere questa interessante meta rurale e attirare una nuova generazione di visitatori. Le basi sono



© LAG 'Western Rhodope'

Gli strumenti TIC saranno sempre più utilizzati per promuovere attrazioni nuove e aggiornate come il «sentiero del diavolo».

l'espansione delle attrazioni e delle attività locali disponibili e lo sviluppo degli strumenti per trasformarle in una realtà accessibile per i potenziali visitatori.

«Grazie alla realizzazione di queste attrazioni turistiche, ci auguriamo vivamente che Borino si trasformi in un vero e proprio centro di servizi turistici e di informazione».

Comune di Borino
<http://dyavolskapateka.org>

Titolo del progetto	Accesso ai siti e alle attrazioni di interesse naturale e storico nel comune di Borino
Tipo di beneficiari	Comune
Periodo	2015
Finanziamento del progetto	Bilancio complessivo: 137 672 euro Contributo del FEASR: 110 137 euro Contributo locale: 27 535 euro
Ulteriori informazioni	<ul style="list-style-type: none"> • http://dyavolskapateka.org • http://www.nsm.bg/sites/default/files/DP_MIG%20VZR-Viensko%20kolelo_M313f.pdf
Contatti	<ul style="list-style-type: none"> • mig_vzr@abv.bg • Obshtina_borino@abv.bg

Promozione del turismo rurale nell'Eifel belga con strumenti intelligenti per l'escursionismo

«GO Eastbelgium» ha riunito cinque comuni dell'Eifel belga al fine di sviluppare uno strumento online per l'escursionismo con un'applicazione GPS e per smartphone. La tecnologia all'avanguardia consente a una nuova generazione di escursionisti di scoprire itinerari e sentieri dimenticati da tempo, attirando nuovi visitatori nella zona.



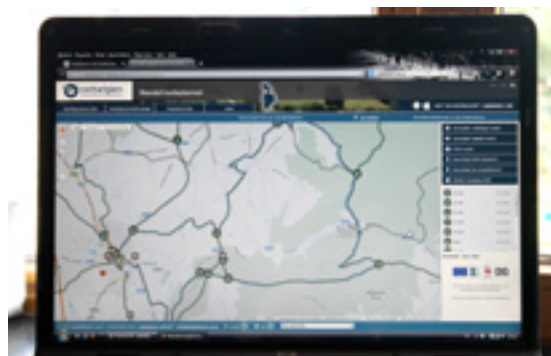
Con il sostegno del gruppo di azione locale «Cento villaggi, un solo futuro», nella comunità belga di lingua tedesca (Eifel belga), cinque comuni (1) hanno unito le forze con l'agenzia per il turismo del Belgio orientale (TAO) e gli uffici per il turismo locali al fine di sviluppare gli strumenti per l'escursionismo «GO Eastbelgium».

L'obiettivo era usare le tecnologie moderne per dare nuova linfa a una forma tradizionale di attività rurale e stimolare l'economia locale attirando una nuova generazione di visitatori. Si è cercato di sfruttare il fatto che molti escursionisti e gitanti ora trovano più comodo pianificare gli itinerari utilizzando cartine online e usando i telefoni mobili sul campo al posto della cartina pieghevole e della bussola.

«Credo nella complementarità del GPS e delle cartine cartacee. Un sentiero sul GPS è utile per pianificare un itinerario. Usandolo in combinazione con una cartina

si dispone della flessibilità necessaria per modificare il programma con grande facilità».

Peter Christiaensen
Escursionista



© GO Eastbelgium

Il progetto ha fornito uno strumento online per consentire agli escursionisti di pianificare la loro escursione nell'Eifel belga.

(1) Amel, Bullingen, Burg-Reuland, Butgenbach e St. Vith.

Un progetto analogo, «DigiRoute 42», realizzato nelle Ardenne fiamminghe ha fornito l'ispirazione per applicare il «sistema dei nodi» utilizzato nelle Fiandre per le piste ciclabili — i nodi sono i punti di intersezione delle piste, che creano così una rete di sentieri e offrono più alternative al turista rurale. Lo scopo era creare un sistema uniforme di sentieri escursionistici e reti stradali che coprisse l'intera zona del GAL (629 km²), il tutto sostenuto da GPS, strumenti di pianificazione online e un'applicazione per smartphone.



© GO Eastbelgium

L'applicazione per smartphone fornisce agli escursionisti itinerari e informazioni locali con o senza connessione a Internet.

Coordinamento e cooperazione

Lo sviluppo dei contenuti dello strumento di pianificazione online e l'applicazione per smartphone GO Eastbelgium ha comportato la proficua cooperazione tra i soggetti locali interessati dei diversi comuni e gli uffici per il turismo. Essi hanno fornito l'inventario dei sentieri esistenti, vecchie cartine e criteri di qualità per mettere a disposizione degli esperti in tecnologia i contenuti di cui avevano bisogno per creare gli strumenti.

Innanzitutto, le associazioni locali dei trasporti e del turismo hanno ricercato e definito i sentieri escursionistici, per poi individuare itinerari tematici che apportassero un valore aggiunto. Sono state usate le conoscenze locali per assicurare che le strade affollate fossero evitate e che le attrazioni e le imprese locali fossero evidenziate nell'ambito della definizione degli itinerari in modo da proporre la migliore esperienza escursionistica possibile. Sono state inserite anche norme concernenti le escursioni.

«Il pianificatore di escursioni ha avvicinato i nostri villaggi, lavorando insieme abbiamo elaborato nuovi piani per le nostre comunità. Il nostro esempio dimostra come un progetto apparentemente modesto finanziato tramite sovvenzioni europee Leader possa realizzare un cambiamento reale e positivo sul campo.»

Bernd Niessen

Ufficio informazioni turistiche di Amel-Eibertingen-Valender
V.o.G.

Alcuni agricoltori inizialmente erano poco propensi a ripristinare i sentieri storici tra i villaggi, perché passano attraverso i terreni agricoli. I promotori del progetto sono riusciti a far cambiare loro idea, spiegando come il turismo avrebbe giovato alla regione se avessero adottato un atteggiamento collaborativo. Il GAL ha coinvolto attivamente tali agricoltori nella fase di analisi e revisione dei sentieri e degli itinerari. Il valore aggiunto è stato che gli agricoltori hanno contribuito a individuare i sentieri storici che erano ormai scomparsi, ma potevano di nuovo essere utilizzati.

I nuovi strumenti e le prospettive future

Uno dei principali prodotti è uno strumento di pianificazione virtuale, al quale si può accedere tramite il sito Internet o scaricandolo su uno smartphone tramite un'applicazione che può poi essere usata con o senza connessione a Internet. Gli strumenti si possono usare in neerlandese, francese e tedesco.

Tali strumenti offrono 919 km di sentieri, che sono collegati fra loro da un sistema di nodi, coordinate GPS, itinerari tematici e attrazioni locali messe in evidenza. La cartina interattiva mostra informazioni sul dislivello e sulla distanza di ogni itinerario selezionato.

Il sito Internet GO Eastbelgium è stato visitato 22 000 volte da 16 500 diversi utenti, mentre l'applicazione è stata scaricata 1 200 volte. Secondo il responsabile del progetto, Gilbert Küpper, ciò ha determinato un aumento del numero di visitatori ed è solo l'inizio di ciò che avverrà in futuro.

Il GAL è incline a sfruttare il successo del progetto per sviluppare un'ulteriore efficace cooperazione tra i vari gruppi di soggetti interessati per promuovere il turismo, la gastronomia e l'ospitalità nell'Eifel belga.

Titolo del progetto	GO Eastbelgium
Tipo di beneficiari	Gruppo di azione locale «Cento villaggi, un solo futuro»
Periodo	2011-2013
Finanziamento del progetto	Bilancio complessivo: 82 650 euro Contributo del FEASR: 37 200 euro Contributo regionale: 37 200 euro Contributo locale: 8 200 euro
Ulteriori informazioni	http://go.eastbelgium.com
Contatti	Gilbert.Kuepper@wfg.be

6. Comunità sostenibili

Gli approcci intelligenti allo sviluppo rurale devono garantire che le comunità rurali siano luoghi stimolanti e interessanti in cui vivere e lavorare. Gli approcci che si concentrano solo sulle opportunità economiche e lavorative non supereranno tutti gli ostacoli che si frappongono allo sviluppo rurale.

Lo sviluppo di attività agricole, forestali e in altri settori rurali può contribuire a preservare i posti di lavoro in tali zone. Tuttavia è essenziale che vi siano anche scuole, negozi e altri servizi locali per rendere le comunità rurali luoghi vivaci in cui vivere e lavorare. Si possono creare cicli positivi garantendo la presenza di servizi locali sostenibili parallelamente allo sviluppo delle attività economiche.

Nuovi modelli di servizi

I nuovi modelli di fornitura flessibile dei servizi sono tipicamente necessari per soddisfare i bisogni locali in modo efficiente ed efficace sotto il profilo dei costi. Un approccio diffuso consiste nel prevedere **servizi mobili**, per far sì che i servizi erogati a livello locale siano commisurati al fabbisogno reale. Possono comprendere biblioteche, banche e servizi di assistenza sanitaria mobili.

Un approccio diverso — o a volte complementare — consiste nell'offrire **servizi online** o telefonici. Questi ultimi possono offrire una risposta immediata ad alcune esigenze degli utenti, a prescindere dalla loro ubicazione, e in molti casi prevedono prestazioni al di fuori dell'orario di lavoro. Di norma sono sostenuti dall'accesso a servizi più tradizionali in altri momenti. Per esempio, i servizi di assistenza sanitaria online o telefonica possono risolvere a distanza esigenze che non richiedono o che precedono una visita presso una struttura sanitaria tradizionale.

I trasporti locali accessibili sono un aspetto fondamentale per le zone rurali, soprattutto per i membri più vulnerabili della comunità. Tra le soluzioni più intelligenti ed efficaci per gestire una rete di trasporti pubblici sostenibile figurano l'uso di sistemi di prenotazione online per consentire il **trasporto pubblico su richiesta**, adattato alle esigenze specifiche dei membri della comunità.

Nelle pagine seguenti è descritto un esempio di servizio di autobus accessibile su richiesta organizzato in Galles per collegare la popolazione rurale ad altri villaggi e cittadine locali e alle reti di trasporto più vaste.

Negozi e servizi gestiti dalla comunità

Amministrati come imprese senza scopo di lucro, i **servizi gestiti dalla comunità** possono usare il tempo e/o il denaro investiti dalla collettività per superare gli ostacoli che impediscono ai fornitori pubblici o privati di servire la zona. Si può fare ricorso al FEASR per sostenere le comunità e permettere loro di sviluppare e realizzare tali iniziative.

I **negozi della comunità** possono garantire a un villaggio la fornitura dei beni essenziali, rendendolo un luogo più allettante in cui vivere. Possono anche sostenere i produttori locali e sviluppare un'offerta locale per attirare turisti e villeggianti. Tali negozi possono anche servire da «centro» per la prestazione di altri servizi, tra cui l'ufficio postale, la bacheca per gli avvisi comunali e la connessione a Internet a banda larga.

Nelle pagine seguenti è descritto un progetto di cooperazione Leader nel cui ambito sono state sviluppate soluzioni impermate sui cittadini per soddisfare le esigenze di servizi delle comunità locali in Germania e in Austria.

Si possono sostenere anche diversi altri servizi locali attraverso processi di tipo partecipativo. Alcuni modelli si incentrano sulla fornitura di strumenti strutturati per organizzare l'**economia della condivisione**. Tra questi figurano le «banche del tempo», che consentono alla popolazione locale di offrire altri servizi in base alle rispettive competenze e capacità e di ricevere in cambio un sostegno alternativo, senza necessità di operazioni finanziarie.



Le soluzioni imperniate sui residenti sostengono le comunità rurali in Germania e in Austria

Il progetto «Qualità della vita grazie alla prossimità» prevedeva la partecipazione dei cittadini allo sviluppo e allo scambio di soluzioni per un'offerta duratura di servizi essenziali e forniture locali nelle zone rurali. Si tratta di un progetto di cooperazione transnazionale Leader realizzato nella zona a cavallo del confine austro-tedesco.

Gli obiettivi di questo progetto finanziato dal FEASR erano individuare, scambiare e sviluppare soluzioni imperniate sui cittadini in risposta alla chiusura dei servizi locali, tra cui negozi, servizi sanitari, banche e uffici postali. Queste sfide spesso emergono quando la carenza di posti di lavoro locali, le variazioni demografiche e il calo della popolazione determinano uno scarso potere d'acquisto a livello locale.

Cooperare per innovare

Per avviare l'iniziativa, il finanziamento a titolo della misura di cooperazione Leader ha sostenuto l'istituzione di un forum congiunto transnazionale tra vari comuni e soggetti interessati tedeschi e austriaci. Capitanato dal gruppo di azione locale (GAL) tedesco «Nordschwarzwald», al progetto hanno aderito altri tre GAL tedeschi e tre GAL austriaci.

Sono state organizzate visite di scambio tra le regioni partner austriache e tedesche ed è stato messo a punto un programma di formazione articolato in sei moduli per tutte le zone dei partner. Queste attività si sono concentrate sull'individuazione e la diffusione di idee valide per sviluppare soluzioni promosse dai cittadini ai problemi inerenti alla vita nei villaggi.

Gli esperti della SPES — un'associazione tedesca che si occupa di *governance* locale e dell'offerta di servizi locali — hanno agevolato il processo, mentre i dirigenti dei GAL si sono occupati del coordinamento e della stesura delle relazioni.

«Le persone si sono subito rese conto che il potere creativo dei piccoli comuni dipende dalla presenza e dalla partecipazione dei cittadini. La moderazione del processo coadiuvata dai nostri esperti ha aiutato i partecipanti a rimanere concentrati e costruttivi.»

Ingrid Engelhart
Coordinatrice del progetto

La popolazione delle 33 zone partecipanti ha svolto attività di volontariato finalizzate allo scambio di idee e pratiche. L'obiettivo non era semplicemente copiare, bensì adattare le possibili soluzioni per soddisfare nel miglior modo possibile le esigenze reali di ciascuna comunità partecipante.

Servizi imperniati sui cittadini

Il progetto di cooperazione Leader ha individuato e reso operative molte idee innovative. Sono stati sviluppati servizi ed esplorate tematiche tra cui: gli anziani, l'energia, la famiglia, l'approvvigionamento locale, la cultura, la mobilità, l'ecologia, la demografia, l'industria, la gastronomia, i bambini, gli adolescenti, l'agricoltura e il turismo. Sul sito del progetto si possono trovare numerosi esempi.

Un esempio interessante è la «Banca del tempo 55+», che registra l'aiuto fornito da un residente di 55 anni o più a un altro e gli attribuisce «crediti di tempo», che possono poi essere scambiati con un servizio prestato da un altro partecipante al programma. Tutti i servizi si equivalgono e viene misurato soltanto il tempo messo a disposizione, che



© Lebensqualität durch Nähe – LQN

I negozi della comunità — come quello di Vorderstoder, Austria — possono offrire accesso locale ai beni essenziali e costituire un centro per le attività locali.

si tratti di giardinaggio, di offrire passaggi in auto, aiutare a sbrigare formalità burocratiche, fare la spesa ecc.

«Alla mia età non voglio starmene seduta con le mani in mano. Vorrei essere in contatto con i miei vicini ed essere d'aiuto finché posso. Quindi con la mia automobile li porto allo studio medico, alle riunioni pomeridiane degli anziani, o li aiuto a fare altre commissioni».

Hannelore Foerch

Residente settantaseienne partecipante alla Banca dati 55+

Nel comune di Vorderstoder, in Alta Austria, la popolazione locale ha messo a disposizione un investimento congiunto di 50 000 euro quale capitale iniziale per l'apertura di un negozio. Il negozio, con una superficie di 220 m², propone anche prodotti agricoli locali e ospita un caffè. Offre una soluzione per la fornitura locale di prodotti nel caso in cui il mercato privato non sia in grado di farlo.

Le idee si trasformano in soluzioni durature

Queste iniziative locali sono state sostenute da attività di sensibilizzazione volte a promuovere l'uso dei programmi da parte dei residenti e la loro riproduzione in altre zone. Per esempio, il progetto è stato discusso nell'ambito di una serie di programmi radiofonici dell'emittente tedesca SWR1. Si è concluso con un simposio finale incentrato sul trasferimento di conoscenze relative ai programmi individuati.

Il progetto dimostra che, con un minimo di sostegno e orientamento, le comunità in molti casi sono in grado di sviluppare le proprie soluzioni in risposta alle esigenze di prodotti e servizi, senza necessità di ingenti sovvenzioni o di grandi interventi esterni. Il sostegno mirato del FEASR può fare la differenza evidenziando ciò che si può fare e come procedere.

«L'orientamento pratico del progetto è stato il suo maggiore punto di forza. Ha rivelato ai partner le soluzioni ai problemi che incontrano nel loro villaggio, e anche che potevano facilmente realizzarle».

Ingrid Engelhart

Coordinatrice del progetto

Titolo del progetto	Lebensqualität durch Nähe — LQN (Qualità della vita tramite la prossimità)
Tipo di beneficiari	Gruppi di azione locale
Periodo	2009-2011
Finanziamento del progetto	Bilancio complessivo: 89 568 euro Contributo del FEASR: 28 706 euro Contributo nazionale: 30 409 euro Contributo privato: 30 453 euro
Ulteriori informazioni	www.lqn-leader.de
Contatti	engelhart@spes.de

Un servizio locale di autobus su richiesta collega i residenti nel Galles rurale

«Bwcabus» è un servizio locale di autobus su richiesta adattato alle esigenze dei passeggeri del mondo rurale, che possono prenotare telefonicamente. L'iniziativa ha dimostrato che una rete di trasporti rurali integrati può contribuire a migliorare l'accessibilità, ridurre la dipendenza dall'automobile e colmare le privazioni patite dalle comunità rurali.

Molti villaggi e piccole cittadine nelle zone rurali d'Europa sono rimasti isolati perché i servizi di autobus non competitivi vengono soppressi per risparmiare. Un'iniziativa lanciata nel Galles occidentale, tuttavia, dimostra che nuovi approcci ai trasporti rurali collegati a linee di autobus strategiche possono offrire un modello sostenibile di trasporti pubblici integrati.

L'iniziativa Bwcabus ha preso il via da un progetto del FESR del 2008 e ha potuto beneficiare del sostegno del FEASR nel 2015 per assicurare la continuità del servizio. L'iniziativa è stata diretta dal consiglio della contea di Carmarthenshire, in collaborazione con il consiglio della contea di Ceredigion, Traveline Cymru e l'università del Galles meridionale.

Un servizio di autobus incentrato sul passeggero

«Bwcabus» (prenota-un-bus) è il servizio di autobus locale che mira a rispondere alle esigenze reali delle comunità rurali. Oltre ad alcune linee fisse, Bwcabus gestisce un servizio su richiesta, che gli utenti possono prenotare.

Il servizio di autobus si avvale di un sito Internet che fornisce ai passeggeri informazioni dettagliate sul servizio, compresa l'ubicazione delle fermate, le tariffe e le modalità di prenotazione. Una volta effettuata la registrazione gratuita, i passeggeri possono prenotare i propri viaggi utilizzando un apposito servizio di prenotazione telefonica.

Il servizio di autobus è in funzione dal lunedì al sabato dalle 7:00 alle 19:00. I passeggeri devono prenotare entro le 19:00 per viaggiare il mattino successivo o entro le 11:30 per viaggiare nel pomeriggio del giorno stesso.

Il servizio permette alle persone di spostarsi tra le cittadine e i villaggi nella zona servita dal Bwcabus o di raggiungere la linea di autobus principale o i servizi ferroviari per recarsi più lontano. Un particolare vantaggio è che permette a chi non possiede un'automobile di avere accesso a servizi essenziali nelle cittadine delle vicinanze all'orario opportuno. Ciò comprende l'accesso ai servizi sanitari e scolastici, nonché alle opportunità di impiego.

«Senza Bwcabus non sarei più in grado di conservare il mio attuale posto di lavoro, perché non possiedo altri mezzi di trasporto e il taxi sarebbe troppo costoso».

Melanie Heath

Utente del Bwcabus con il più lungo stato di fruizione del servizio, Llandysul, Gales

Un servizio pienamente accessibile

Gli anziani, le persone vulnerabili e le persone con mobilità ridotta di norma sono quelle più colpite dalle restrizioni dei servizi di trasporti. Bwcabus sta già apportando un contributo significativo alla qualità della vita di tali residenti, migliorando l'accesso ai servizi, all'occupazione e alle possibilità di interazione sociale.

«È un servizio fantastico e non so cosa farei se non ci fosse!» In questo momento ho bisogno di assistenza sanitaria e la possibilità di recarmi agli appuntamenti è molto importante. Prima di Bwcabus era estremamente difficile, perché c'era soltanto un autobus alla settimana».

Mary Jennings

Utente del servizio Bwcabus, Rhyd Lewis, Gales

Per sostenere ulteriormente queste persone, tutti gli autobus Bwcabus sono dotati di porte ampie, con pianale ribassato e facilmente accessibili; rampe per le sedie a rotelle sono disponibili su richiesta. Ciò li rende accessibili alle persone con mobilità ridotta, su sedia a rotelle e con bambini piccoli in carrozzina o passeggino.

La maggior parte degli utenti è invitata a prendere l'autobus alla fermata più vicina, ma i passeggeri con mobilità ridotta o quelli che vivono in località particolarmente isolate possono chiedere di essere prelevati e depositati al proprio indirizzo di casa o lì vicino, purché sia sicuro e pratico da raggiungere.

Impulso all'economia locale

Oltre a soddisfare le esigenze individuali, il nuovo servizio di autobus ha prodotto un aumento generale dei viaggi dei passeggeri, che a sua volta ha dato impulso alle imprese locali e all'economia locale. Ciò è dovuto al fatto che, oltre a portare in città i lavoratori, il servizio porta anche i consumatori.

Uno studio del 2016 concernente le imprese locali della cittadina di Newcastle Emlyn ha riscontrato che i titolari delle aziende hanno notato una differenza in seguito all'introduzione del servizio. «Porta clienti che hanno difficoltà a spostarsi», sottolinea Gaynor Jones, direttore della filiale di Clynderwen and Cardiganshire Farmers Ltd.

«Bwcabus ha dimostrato di poter aumentare la frequenza dell'uso dei trasporti pubblici, migliorare l'accessibilità, incoraggiare una riduzione dell'uso dell'automobile e contribuire a colmare le privazioni patite dalle comunità rurali (...). Sono lieto di sapere che anche le imprese nelle zone rurali beneficiano del servizio».

Consigliere Hazel Evans

Consiglio esecutivo del Carmarthenshire
Membro per i trasporti

Titolo del progetto	Bwcabus
Tipo di beneficiari	Autorità locale
Periodo	2015-2016
Finanziamento del progetto	Bilancio complessivo: ~ 691 000 euro Contributo del PSR: ~ 292 000 euro Contributo pubblico: ~ 399 000 euro
Ulteriori informazioni	www.bwcabus.info
Contatti	MRPhillips@carmarthenshire.gov.uk



© Bwcabus

Offrire un servizio di autobus su richiesta può essere più pratico per gli utenti delle zone rurali e più efficiente sotto il profilo dei costi per i fornitori del servizio.

PRECEDENTI OPUSCOLI DEI PROGETTI DEL FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE

Altri esempi interessanti di progetti in materia di sviluppo rurale finanziati dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale si possono trovare nelle edizioni precedenti dell'opuscolo dei progetti del Fondo. Ogni edizione presenta esempi di progetti riusciti che riguardano una particolare tematica attinente allo sviluppo rurale.

Gli opuscoli sono disponibili nella sezione pubblicazioni del sito della RESR all'indirizzo <https://enrd.ec.europa.eu>

Priorità 2014-2020 in materia di sviluppo rurale



EAFRD Project Examples 2007-2013 (disponibile in lingua inglese)



Inclusione sociale



Servizi ambientali



Giovani agricoltori e gioventù nell'Europa rurale



Altri fondi europei



Settore forestale



Settore alimentare



Crescita ecosostenibile



ALTRE PUBBLICAZIONI DELLA RETE EUROPEA PER LO SVILUPPO RURALE

Tenetevi aggiornati sulle ultime novità, idee ed evoluzioni dello sviluppo rurale europeo leggendo le varie pubblicazioni della rete europea per lo sviluppo rurale.

Queste pubblicazioni sono disponibili nella sezione pubblicazioni del sito <https://enrd.ec.europa.eu>. È anche possibile abbonarsi scrivendo un'e-mail a subscribe@enrd.eu.

NEWSLETTER

Ricevete ogni mese direttamente nella vostra casella di posta elettronica tutte le ultime notizie dall'Europa sullo sviluppo rurale! La Newsletter della rete europea per lo sviluppo rurale riassume in pillole le questioni emergenti, i temi rilevanti, le notizie e i fatti che riguardano lo sviluppo rurale in Europa.

RURAL CONNECTIONS

Rural Connections è la rivista della rete europea per lo sviluppo rurale sulle attività di rete. Presenta pareri di persone e associazioni su importanti questioni legate allo sviluppo rurale, oltre a descrizioni e profili di progetti e operatori che si occupano di questo tema. La rivista tiene inoltre aggiornati i lettori sulle notizie in materia provenienti da tutta Europa. È pubblicata due volte l'anno ed è disponibile in sei lingue (EN, FR, DE, ES, IT, PL).

RIVISTA RURALE DELL'UE

La *Rivista rurale dell'UE* è la principale pubblicazione tematica della rete europea per lo sviluppo rurale. Presenta le conoscenze e le idee più recenti su un argomento particolare che riguarda lo sviluppo rurale in Europa. I temi variano dall'imprenditoria rurale alla qualità dei prodotti alimentari, dai cambiamenti climatici all'inclusione sociale. La rivista è pubblicata due volte l'anno ed è disponibile in sei lingue (EN, FR, DE, ES, IT, PL).

Numero 21 – Risposte rurali alle sfide in Europa



Numero 20 – Far partire i programmi di sviluppo rurale



Numero 19 – Migliorare il coinvolgimento dei soggetti interessati



COME OTTENERE LE PUBBLICAZIONI DELL'UNIONE EUROPEA

Pubblicazioni gratuite:

- una sola copia:
tramite EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>);
- più di una copia o poster/carte geografiche:
presso le rappresentanze dell'Unione europea (http://ec.europa.eu/represent_it.htm),
presso le delegazioni dell'Unione europea nei paesi terzi (http://eeas.europa.eu/delegations/index_it.htm),
contattando uno dei centri Europe Direct (http://europa.eu/europedirect/index_it.htm),
chiamando il numero 00 800 6 7 8 9 10 11 (gratuito in tutta l'UE) (*).

(* Le informazioni sono fornite gratuitamente e le chiamate sono nella maggior parte dei casi gratuite (con alcuni operatori e in alcuni alberghi e cabine telefoniche il servizio potrebbe essere a pagamento).

Pubblicazioni a pagamento:

- tramite EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>).

La rete europea per lo sviluppo rurale online

Sito Internet della rete europea per lo sviluppo rurale



Visitate il sito della rete europea per lo sviluppo rurale <https://enrd.ec.europa.eu> per sapere tutto ciò che vi occorre sulla RESR e lo sviluppo rurale in Europa, conoscere le ultime notizie e gli aggiornamenti sulla politica e sui programmi in materia di sviluppo rurale in tutta Europa.

Tenetevi aggiornati su tutte le ultime pubblicazioni, le iniziative e i lavori tematici della rete europea per lo sviluppo rurale.

La rete europea per lo sviluppo rurale nei social media

Trovate il social media adatto a voi:

Visitate la **pagina Facebook** della RESR per conoscere esempi di pratiche di sviluppo rurale nell'UE, oltre alle ultime notizie e tendenze.



YouTube

Guardate i video sui progetti e sulle questioni tematiche dello sviluppo rurale sul canale **YouTube EURural**.



Seguite **@ENRD_CP** su **Twitter** per avere aggiornamenti sulla politica dell'UE, sulle notizie e sugli eventi in materia di sviluppo rurale.



Aderite al **gruppo LinkedIn** della RESR per partecipare a dibattiti, scambi e discussioni sulla politica in materia di sviluppo rurale e sui problemi di attuazione.



ENRD Contact Point
Rue de la Loi/Wetstraat, 38 (bte 4)
1040 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË
Tel. +32 2 801 38 00
info@enrd.eu