



CO-PROGETTARE UN PIANO DI SVILUPPO LOCALE **DIRETTA LIVE**

gio 23.03 | 16:30-18:00



RESOL/E

RESOL/E

by ErgonGroup



/ CHI SIAMO

L'ESPERTA

DANIELA STORTI

*Ricercatrice senior presso il CREA
ed esperta in politiche agricole e rurali*

Economista ed esperta di teorie, metodi e analisi territoriali, Daniela si occupa di costruzione e valutazione di **politiche di sviluppo per le aree rurali**. Ricopre ruoli di responsabilità all'interno dei programmi di supporto alle politiche pubbliche e segue diversi **progetti di ricerca a livello nazionale e internazionale**. Dal 2012 è componente del **Comitato Tecnico Aree Interne**. È inoltre delegata nei Gruppi di lavoro OCSE e componente dell'AG5 nell'ambito della Strategia Eusalp.



/ CHI SIAMO

L'ESPERTA

PATRIZIA MESSINA

*Professoressa associata di Scienze Politiche
all'Università degli Studi di Padova*

Patrizia Messina è Professoressa presso il Dipartimento di Scienze Politiche, Giuridiche e Studi internazionali dell'Università di Padova, dove insegna **Governo locale, Politiche dell'UE per lo sviluppo locale, Governance delle reti per il turismo sostenibile**. Direttore dal 2013 al 2021 del Centro interdipartimentale di Studi Regionali "Giorgio Lago" – CISR. Direttore dal 2008 del Master di II livello "Manager dello sviluppo locale sostenibile". Dal 2017 è **docente promotore dello spin off universitario SHERPA SRL**.



/ CHI SIAMO

SPEAKER

LORENZO LIGUORO

*European Policies & Social Innovation Manager
Vice-presidente Sherpa Srl, spinoff UNIPD*

Project Manager, consulente, docente, la sua mission è quella di **favorire la composizione di alleanze progettuali pubblico-private** volte a generare impatti sostenibili in termini di sviluppo. Dal 2007 a oggi ha partecipato alla scrittura e alla realizzazione di **oltre 40 progetti internazionali** sostenuti da finanziamento europeo. Dal 2014 è **docente presso gli Atenei di Padova, Ca' Foscari e IUAV**; partecipa alle attività didattiche di 5 Master universitari e cicli di seminari specialistici su Europrogettazione e Project Management.



/ CHI SIAMO

SPEAKER

MATTIA SAJEVA

*Area Innovation & Sustainability Director
& Co-Founder*

Specializzato nella progettazione e rendicontazione di progetti europei, Mattia ha maturato una comprovata esperienza in ambito di **cooperazione a livello europeo**, rafforzata da competenze proprie dei centri di ricerca, agenzie di sviluppo territoriale e società di consulenza. È inoltre impegnato in attività di supporto a processi di **Project Design e innovazione sociale** attraverso la piattaforma digitale di design collaborativo Mosaic – Design Your Decision.

/ AGENDA

1

GOVERNANCE DELLO SVILUPPO LOCALE INTEGRATO E PARTECIPATIVO

Prof.ssa Patrizia Messina, UNIPD

2

IL RUOLO DEL PUBBLICO NELLO SVILUPPO RURALE

Dott.ssa Daniela Storti, CREA

3

MOSAIC – DESIGN YOUR DECISION

Dott. Lorenzo Liguoro

4

DAL DIRE AL FARE

Workshop interattivo: analisi SWOT su Mosaic

5

DOMANDE E RISPOSTE

01. CO-PROGETTARE UN PSL

GOVERNANCE DELLO SVILUPPO LOCALE INTEGRATO E PARTECIPATIVO

Per una governance dello sviluppo locale integrato e partecipativo

di
Patrizia Messina
Università di Padova

Approccio Leader: dallo sviluppo rurale allo sviluppo locale
(valore aggiunto penalizzato all'interno della PAC e del PSR)

→ Servono *politiche integrate* per lo sviluppo locale

1. Sviluppo locale sostenibile: *glocale*
2. Dai settori ai territori (al plurale), ma anche
superare i gap urbano-rurale
3. Co-progettazione pratiche partecipative

Lo sviluppo locale sostenibile è glocale

La dimensione *locale* consente di dare forza al concetto di sviluppo *sostenibile*, anche alla luce degli obiettivi di Agenda 2030, mettendo l'accento sulla necessità di “**pensare globalmente e agire localmente**”.

Nello stesso tempo la dimensione della *sostenibilità* costringe ad uscire da una visione chiusa e localistica di territorio “locale” e di ripensare allo sviluppo in una *prospettiva glocale*, aperta e interconnessa con le sfide che arrivano dai flussi propri della globalizzazione.

Per il governo del cambiamento serve una *visione*, non statica, ma *evolutiva* e *eco-sistemica dei processi di sviluppo* (analisi del contesto)

Il territorio

non può essere pensato come un semplice “settore” di policy (urbanistica)
né come «fattore» produttivo (la terra→agricoltura).

Territorio come costruzione sociale: contesto relazionale

è il risultato della sedimentazione, nel lungo periodo, di pratiche sociali, politiche ed economiche, consolidate in un dato luogo, espressione della *cultura locale*, in grado di costruire **legami** all'interno e all'esterno (*aperta/chiusa*).

Strategia di sviluppo territoriale: **superare i gap territoriali**
es: **urbano-rurale; litorale/entroterra; montagna/pianura**

Aree prevalentemente rurali:

Oggi le aree "prevalentemente rurali" (OECD, 2006) sono il 54,4% della superficie europea, ospitano il 20% della popolazione totale e sono chiamate a svolgere un importante ruolo:

- fornire alle città cibo e risorse naturali,
- una varietà dei paesaggi, non solo agricoli,
- qualità di acqua e aria, qualità della salute e benessere
- maggiore biodiversità e resilienza ai disastri naturali,
- la possibilità di svolgere attività ricreative e di riconciliazione con i ritmi biologici e naturali più "a misura d'uomo".

Tutti elementi che acquistano un maggior valore alla luce degli obiettivi della sostenibilità dello sviluppo (Agenda 2030).

Aree rurali post-industriali:

oggi l'identificazione delle aree rurali diventa di particolare rilevanza, poiché da questa analisi dipendono poi le scelte di policy per lo sviluppo territoriale:

- oggi la ruralità non è più né la "ruralità agraria", dominata dal sottosviluppo o dalla mera presenza delle sole attività agricole,
- né la "ruralità industriale" che ha caratterizzato gli anni '70 e '80
- al contrario, è una "ruralità post-industriale", che richiede l'ideazione di nuove policy, volte a valorizzare le potenzialità, spesso solo latenti, date dall'integrazione urbano-rurale.

Se l'integrazione urbano-rurale va perseguita oggi sempre più come obiettivo di sviluppo territoriale sostenibile, questa integrazione richiede anche **un modo nuovo di concepire lo sviluppo territoriale e le politiche pubbliche da mettere in atto: dalla contrapposizione alla complementarità**

La Strategia Nazionale per le Aree Interne italiane

suggerisce di distinguere **diversi tipi di ruralità** in relazione alla vicinanza/lontananza dai principali nodi di servizi.

→ La “marginalità” non dipende dalla geografia, ma dal deficit di diritti di cittadinanza, ossia dal livello di servizi di welfare, sociosanitari, scolastici, di connessione in rete, necessari per l’abitabilità di un territorio.

L’integrazione urbano-rurale si può incentivare attraverso il **rafforzamento della rete di servizi che consentono di collegare le aree rurali e periferiche ai nodi urbani più serviti.**

È infatti la presenza di servizi sul territorio e la loro accessibilità durante tutto l’anno, e non solo in relazione alle stagioni turistiche, a **contrastare la tendenza allo spopolamento delle aree rurali**, soprattutto quelle più periferiche e, quindi, a favorire lo sviluppo locale integrato.

Crescente **interdipendenza tra aree urbane e rurali** data da:

- l'intensificarsi dei flussi di pendolarismo su distanze sempre più ampie, *sprawl* urbano, e delle connessioni attraverso *nuove tecnologie*
- una sorta di *ibridazione delle funzioni*:
 - * le *aree rurali* svolgono sempre più spesso funzioni urbane, es. fattorie sociali, percorsi di turismo urbano-rurale sostenibile ...
 - * le *città* riproducono e cercano crescenti condizioni di ruralità: es. diffusione di orti urbani, *vertical farm* e *community garden*, espressione del diffondersi dell'agricoltura urbana "a Km zero" ...

L'insieme di questi elementi contribuisce a rendere i confini tra città e campagna sempre più labili e a **rafforzare il legame tra i due contesti**, in relazione all'affermarsi di una **crescente interdipendenza e complementarietà**.

Politiche di integrazione urbano-rurale

ricucire il tessuto sociale attivando reti di partenariato urbano-rurale con l'obiettivo strategico di rafforzare il legame di complementarità tra i due (o più) contesti, attraverso l'espansione della rete di servizi

Agenda Territoriale dell'UE (2011 e 2020):

Attivare reti di governance partecipate di area vasta, in grado di generare nuove forme di comunità territoriali e nuovo spazio urbano *ibrido*, attraverso reti di servizi intercomunali, in cui entrambi i nodi urbano e rurale possono giocare il proprio ruolo, entro un gioco cooperativo a somma positiva (win-win), in una prospettiva di sviluppo urbano-rurale policentrico.

Efficaci politiche integrate di sviluppo urbano-rurale

- attivazione di reti intercomunali cooperative
- costruzione sociale di nuove comunità e identità territoriali integrate
- nuove narrazioni e visioni integrate non localistiche (glocali)

Il valore aggiunto di questo percorso :

- una maggiore capacità attrattiva di questi territori nel contesto dell'economia globale,
- maggiore capacità di connettersi in rete con altri territori con una logica cooperativa,
- maggiore capacità di realizzare politiche attive per lo sviluppo locale sostenibile → es. turismo sostenibile di prossimità.

Per un PSL integrato, multisettoriale e partecipativo
Da dove partire per generare «benessere»?

- Lo sviluppo riparte *dai territori*
- Lo sviluppo riparte *dalle reti, dal Noi, dalle persone (le reti le fanno le persone).*
- Lo sviluppo riparte *dalle comunità di senso, capaci di generare nuove competenze contestuali.*
- *Dalla capacità di intraprendere - interconnettere - ibridare*

Dal territorio alle reti (noi)

- Attivare processi generativi di «beni relazionali»
- Costruire reti sociali e alleanze per lo sviluppo
- Gioco a somma positiva (win/win)
- Capacità di restituire valore alla comunità (reciprocità)
- Capacità di generare significati e senso di appartenenza (capitale sociale)

Lo sviluppo riparte dalle comunità di senso

Ridare spazio alle comunità locali per la cura dei beni comuni.

- assegnare al territorio una nuova identità distintiva e una nuova geografia (visione)
- definire nuove strategie di governance territoriale
- costruire nuovi modi di gestire la conoscenza strutturata nella rete (*big data* e *cloud*) come bene collettivo, mettendo al centro la persona

COMUNITA' DI SENSO, PER ESSERE GENERATIVI

- Generare un'identità territoriale distintiva significa chiederci: **cosa c'è qui che non c'è in nessuna altra parte del mondo? E cosa ci potrebbe essere se facessimo certe scelte?**
- Essere unici significa: saldare il servizio prodotto con il territorio per far vivere un'esperienza e un'emozione unica e irripetibile di benessere
- Questo ben-essere è essenziale per valutare la qualità della vita e dello «star bene» (BES-T)

Condizione necessaria:

Riscoprire la Politica come Progetto strategico di sviluppo

- Visione e strategie di sviluppo condivise di **lungo periodo**
- Condivisione degli obiettivi e partecipazione democratica,
- Coraggio di fare scelte innovative, orientate al cambiamento
- Ricostruire il senso di appartenenza alla «**comunità**»
- Responsabilità Sociale di Territorio (RST)
- Promuovere la «*buona governance*» andando **oltre la logica dei confini amministrativi e dei settori produttivi**

Pratiche partecipative

fondamentali per la co-progettazione
e la cooperazione degli attori locali

- mettersi in ascolto
- accogliere e raccogliere
- facilitare la comunicazione attiva
- (ri)generare reti di fiducia
- (ri)generare appartenenza alla comunità



Comunità

oggi non va intesa più in senso tradizionale: famiglia, parrocchia, club, ecc.)

ma **come scelta politica**: comunità oggi è
ciò che decidiamo di «mettere in comune»

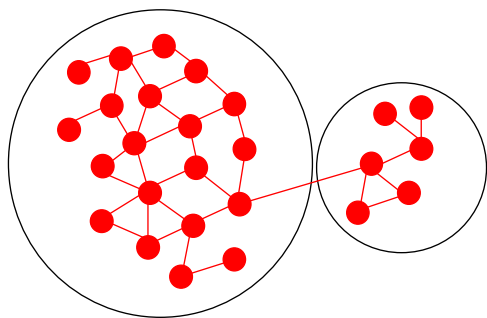
Rigenerare “capitale sociale” e cultura civica

*Dagli **stake-holders** alla **community-holders** (RST)*

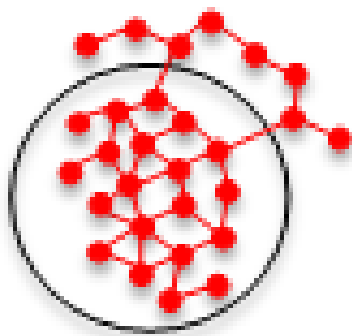
Quale comunità politica?

Quale «interesse generale», per quale «comunità»?

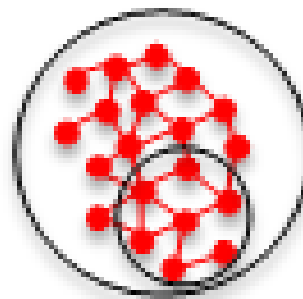
È una scelta politica (*polity*)



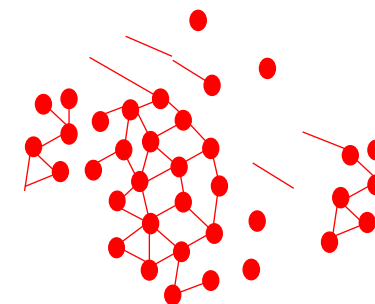
Segregazione



Esclusione



Integrazione



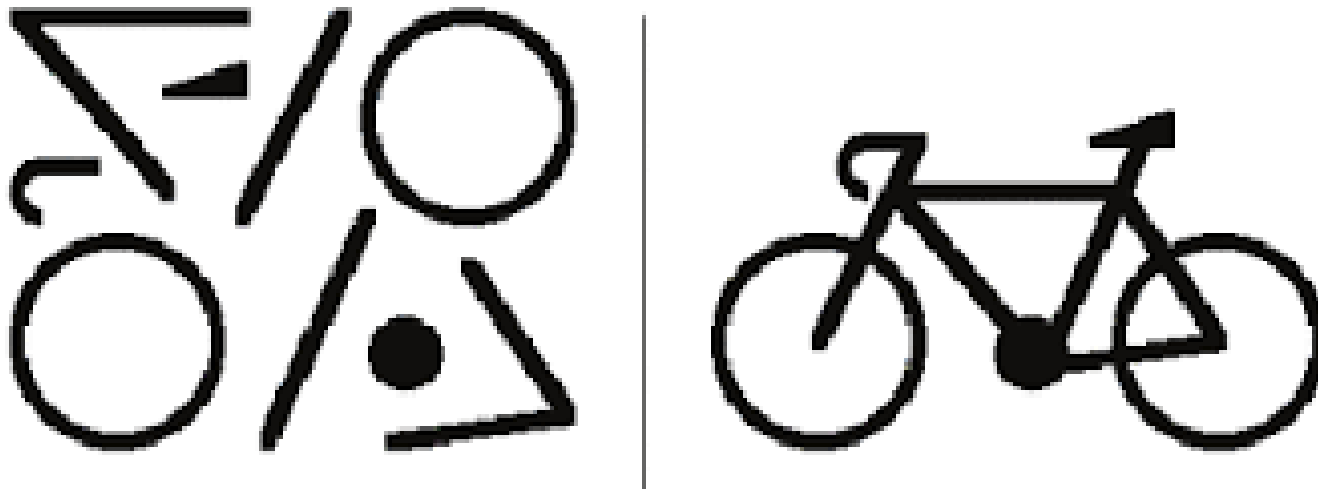
Coesione

Cultura di rete e visione integrata

Serve un cambiamento di prospettiva

La visione ingrata di un contesto
cambia la prospettiva con cui leggiamo la realtà
il sistema è diverso dalla somma delle sue parti

The unified whole is different from the sum of the parts.



01. CO-PROGETTARE UN PSL

IL RUOLO DEL PUBBLICO NELLO SVILUPPO RURALE

/ La Strategia Nazionale aree interne

Politica e governance per co-progettare lo sviluppo locale

Outline

- 1. La mappa
- 2. Le innovazioni
- 3. Le aree progetto
- 4. Gli apprendimenti
- 5. La co-progettazione sui temi agricoli
- 6. La programmazione 2021-2027

/ La Strategia Nazionale aree interne

Politica e governance per co-progettare lo sviluppo locale

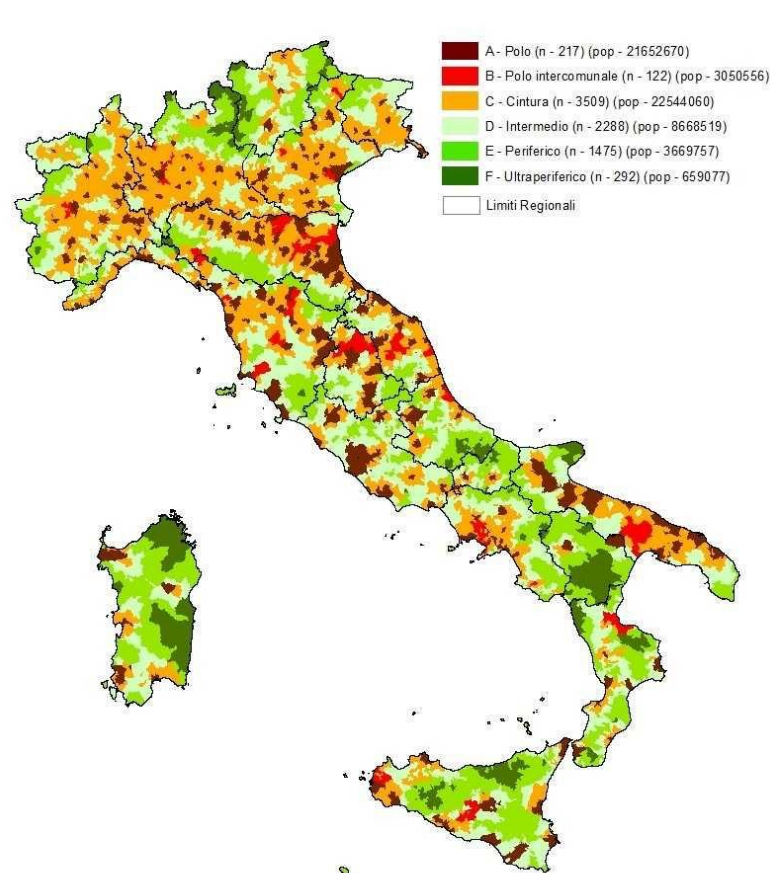
UNA POLITICA PLACE BASED
PER INVERTIRE IL TREND
DEMOGRAFICO DELLE AREE
RURALI REMOTE

Gli obiettivi

rimettere i territori al centro della politica pubblica,
migliorare l'uso delle risorse,
aumentare il benessere della popolazione,
ridurre i costi della de-antropizzazione,
rafforzare i fattori di sviluppo locale

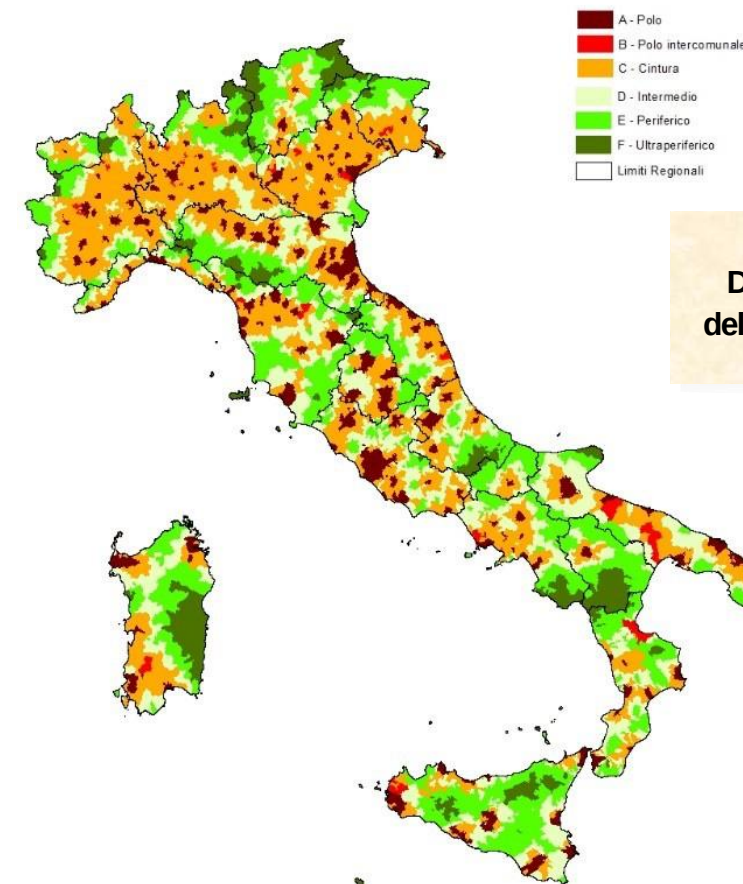
MAPPA AI 2014-2020: DISTRIBUZIONE DI COMUNI E POPOLAZIONE PER FASCIA.

(totale ricostruito ai confini comunali 2020)



Distribuzione
dei Comuni

Le Aree Interne italiane
sono quelle aree lontane
dai “Centri di offerta di
servizi” (Scuola, Ospedale
con DEA, Ferrovia Silver)



Distribuzione
della popolazione

/ La Strategia Nazionale aree interne

Le principali innovazioni della Strategia

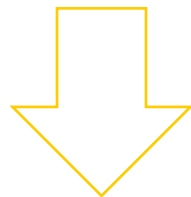
- La **Dimensione Nazionale** e la **Governance multi-livello** (Centro – Regioni – Associazioni/Unioni di Comuni)
- **Due linee di azione convergenti** e interdipendenti: investimenti su filiere «chiave» e gli interventi sui Servizi, attorno a filiere cognitive
- L'**impegno Multi-fondo** per sostenere le Aree Selezionate (Fondi nazionali più Fondi strutturali: FESR, FSE e FEASR ma anche altro...)
- Riguarda **un numero limitato di aree per Regione**, di cui la prima detta prototipo, per avviare un processo di apprendimento e replicazione dei meccanismi virtuosi riscontrati
- La selezione è pubblica e avviene attraverso un processo trasparente e condiviso (**OpenKit Aree Interne**): **Come dimensionare le aree?**
- **«Risultati Attesi» & Attori Rilevanti**

La Strategia in azione

2 classi di azioni congiunte

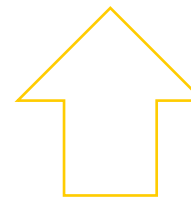
Azioni pubbliche specifiche su Filiere Chiave

finanziate dai programmi regionali
fondi comunitari 2014-2020 (FESR; FSE; FEASR)



Interventi di politiche settoriali ordinarie

finanziate con risorse ordinarie addizionali
(cfr. legge di stabilità 2014, art. 1, commi 13-17;
legge di stabilità 2015 L.190/2014, art. 1,
commi 674-675; legge di stabilità 2016, art.1,
comma 811;
legge di Bilancio 2018, art. 1, commi 895-96)



STRATEGIA NAZIONALE AREE INTERNE – SNAI 2014-2020: LE AREE



Le 72 aree

- | | | | |
|---------------------------------------|---|-------------------------------------|------------------------------|
| 1 Val Bormida | 25 Appennino Emiliano | 49 Matese | 61 Montagna Materana |
| 2 Val di Lanzo | 26 Appennino Piacentino Parmense | 50 Alta Irpinia | 62 Grecanica |
| 3 Val d'Ossola | 27 Basso Ferrarese | 51 Cilento Interno | 63 Ionico - Serre |
| 4 Valli Maira e Grana | 28 Casentino - Valtiberina | 52 Tammara - Terno | 64 Reventino - Savuto |
| 5 Bassa Valle | 29 Garfagnana-Lunigiana | 53 Vallo di Diano | 65 Sila e Presila |
| 6 Grand Paradis | 30 Valdarno e Valdelsa, Mugello, Val Bisenzio | 54 Alta Murgia | 66 Calatino |
| 7 Alta Valtellina | 31 Nord - Est Umbria | 55 Gargano | 67 Madonie |
| 8 Alto Lago di Como e Valli del Lario | 32 Sud Ovest Orvietano | 56 Monti Dauni | 68 Nebrodi |
| 9 Appennino Lombardo - Oltrepo Pavese | 33 Val Nerina | 57 Sud Salento | 69 Terre Sicane |
| 10 Valchiavenna | 34 Appennino Basso Pesarese e Anconetano | 58 Alto Bradano | 70 Val Simeto |
| 11 Tesino | 35 Alto Maceratese | 59 Marmo Platano | 71 Alta Marmila |
| 12 Val di Sole | 36 Piceno | 60 Mercure Alto Sinni Val Sarmiento | 72 Gennargentu - Mandrolisai |
| 13 Agordino | 37 Alta Tuscia Antica Città del Castro | | |
| 14 Comelico | 38 Monti Reatini | | |
| 15 Contratto di Foce - Delta del Po | 39 Monti Simbruini | | |
| 16 Spettabile Reggenza | 40 Valle del Comino | | |
| 17 Alta Carnia | 41 Alto Aterno - Gran Sasso Lago | | |
| 18 Canal del Ferro - Val Canale | 42 Basso Sangro - Trigno | | |
| 19 Dolomiti Friulane | 43 Subequana | | |
| 20 Alta Valle Arosca | 44 Valfino-Vestina | | |
| 21 Antola-Tigullio | 45 Valle del Giovenco - Valle Roveto | | |
| 22 Beigua SOL | 46 Alto Medio Sannio | | |
| 23 Val di Vara | 47 Fortore | | |
| 24 Alta Valmarecchia | 48 Mainarde | | |

/ La Strategia Nazionale aree interne

Apprendimenti chiave

Perimetro area fondamentale

la definizione del
Confine come
questione cruciale
da gestire con
metodi di istruttoria
aperti

**essenziale il
criterio
associazionismo**

Agire in coerenza e collaborazione con le capacità locali

non mero trasferimento
di prassi sperimentate altrove,

coltivare l'innovazione e
capacitazione

accompagnare i processi dal
centro

Co-progettazione cruciale

ma tempi eccessivi
per Individuare la
domanda dai
territori

per flessibilità e
sburocratizzazione
serve una visione
condivisa tra
amministrazioni

/ La Strategia Nazionale aree interne

La co-progettazione sui temi agricoli

**ha consentito di
delineare un
modello di
intervento più
coerente con le
richieste dei
territori**

approcci di policy
dedicati e
diversificati

**centrale il sostegno
all'innovazione e la
cooperazione territoriale**

nuove ipotesi di cooperazione
tra produttori agricoli

**cruciale l'azione di
supporto delle
istituzioni**

l'interazione tra più
attori (le aziende, le
istituzioni ai diversi
livelli di governo, i
centri di
competenza,
ricercatori)

il rapporto con i
centri di ricerca

**diversi gradi di
applicazione del
metodo SNAI**

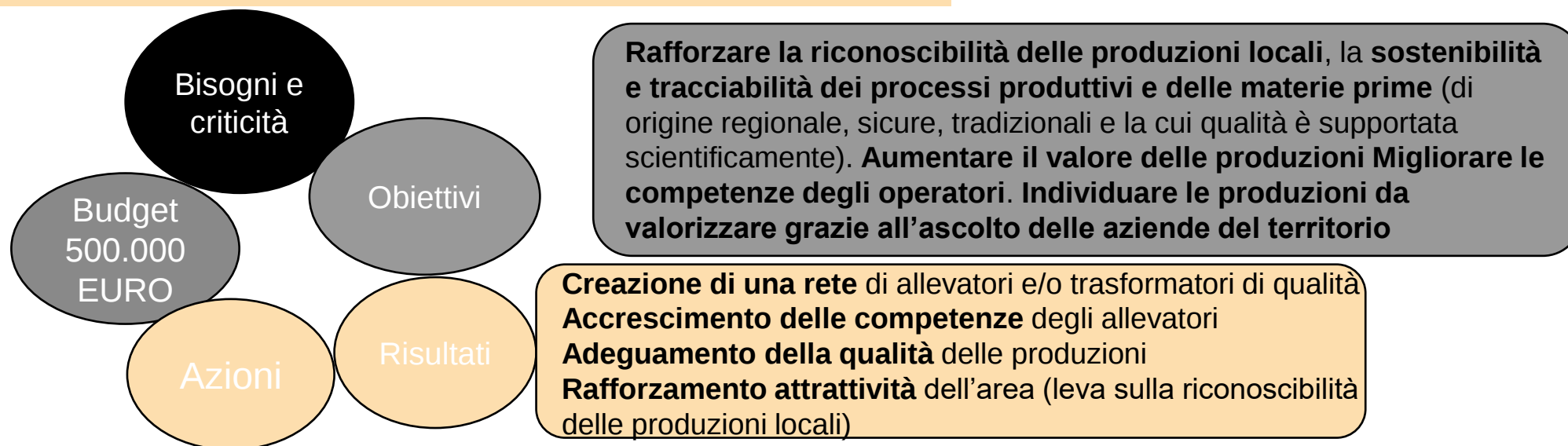
**Interazione come
motore di
cambiamento**

alcuni esempi regionali: Campania che utilizza la misura 16 di Cooperazione ed Emilia Romagna con un mix di misure tra cui un progetto di filiera e il finanziamento di un GOI

Agricoltura e intenzioni di cambiamento in Alta Irpinia, Campania

Criticità della zootecnia Irpinia, così come in molte le aree interne, è rappresentata dalla produzione "domestica" di alcuni prodotti caseari (produzione in proprio piccole quantità per autoconsumo e per piccole cessioni dirette ai consumatori). **Gestione patologie infettive** (azioni di prevenzione e profilassi). Avviare processi di riconoscimento delle **caratteristiche di tradizionalità dei prodotti**.

L'idea guida per l'agricoltura nella strategia «Cooperazione per la filiera zootecnica»



FASE A 200.000 € - PSR 2014 – 2020 - misura 16.7° (completata)

“ascolto” di 700 aziende del territorio : individuazione delle maggiori criticità e opportunità degli allevamenti ovini e caprini (aspetti igienico-sanitari e produttivi). **Ideato un marchio territoriale** «agnello dell'alta Irpinia» con un disciplinare e linea di macellazione esclusiva. **Manifestazione di interesse per l'adesione a un contratto di rete e cofinanziare l'azione (hanno risposto circa 100 aziende e 1 macello)**

Fase B 300.000 - € - PSR 2014 – 2020 - misura 16.7° (in fase di avvio dell'attuazione)

1. realizzazione del progetto. 2. attività di formazione e consulenza per accompagnare gli operatori nel percorso

Agricoltura e intenzioni di cambiamento nell'Appennino Emiliano

L'idea guida della strategia «La Montagna del latte»

La filiera : produzioni lattiero-casearie e turismo sostenibile

I temi: stili di vita, salute e pratica sportiva

IL QUADRO LOGICO (QL)
DELL'INTERVENTO SULLA COMPETITIVITÀ
DELLA «MONTAGNA DEL LATTE»

**Step 5
Budget
11,6 mil**

**Step 1
Bisogni
Criticità**

**Step 2
Obiettivi**

**Step 3
Risultati**

**Step 4
Azioni**

Commercializzazione **Parmigiano Reggiano** affidata ad intermediari con **margini ridotti** per i produttori o prezzi di vendita **sottocosto**

Fragilità zootecnica con **barriere** quasi insormontabili all'accesso di nuovi operatori

Foraggi provenienti da fuori area

Territori agricoli abbandonati

Rafforzare **distintività Parmigiano Regg. Montagna**

Innovare **commercializzazione** vs **internazionalizzazione**

Favorire redistribuzione valore aggiunto

Ridurre l'importazione di latte e foraggi

Far crescere le **competenze professionali**

Proiettare filiera Parmigiano Reggiano a valle verso servizi

- 1 Parmigiano Reggiano Montagna - Progetto filiera (PSR 8.096.895€)
- 2 Parmigiano Reggiano Montagna - GOI (PSR 851.142€)
- 3 Competenze per l'internazionalizzazione (FSE 210.000€)
- 4 Laboratorio Appennino (LS 240.000€)
- 5 **Montagna di latte (GAL 260.000€)**
- 6 Imprese turistiche (GAL 1.550.000€)
- 7 **Imprese turistiche in rete (GAL 100.000€)**
- 8 Centro di prevenzione cardiovascolare (LS 298.000€)

Incremento quota di **produzione "Prodotto di montagna"**, attraverso **canali di vendita diretta**

Accrescimento competenze della forza lavoro

Affermare l'area come destinazione turistica (leva sulla riconoscibilità del prodotto Parmigiano Reggiano)

Migliorare **rapporto tra offerta formativa e MdL**;

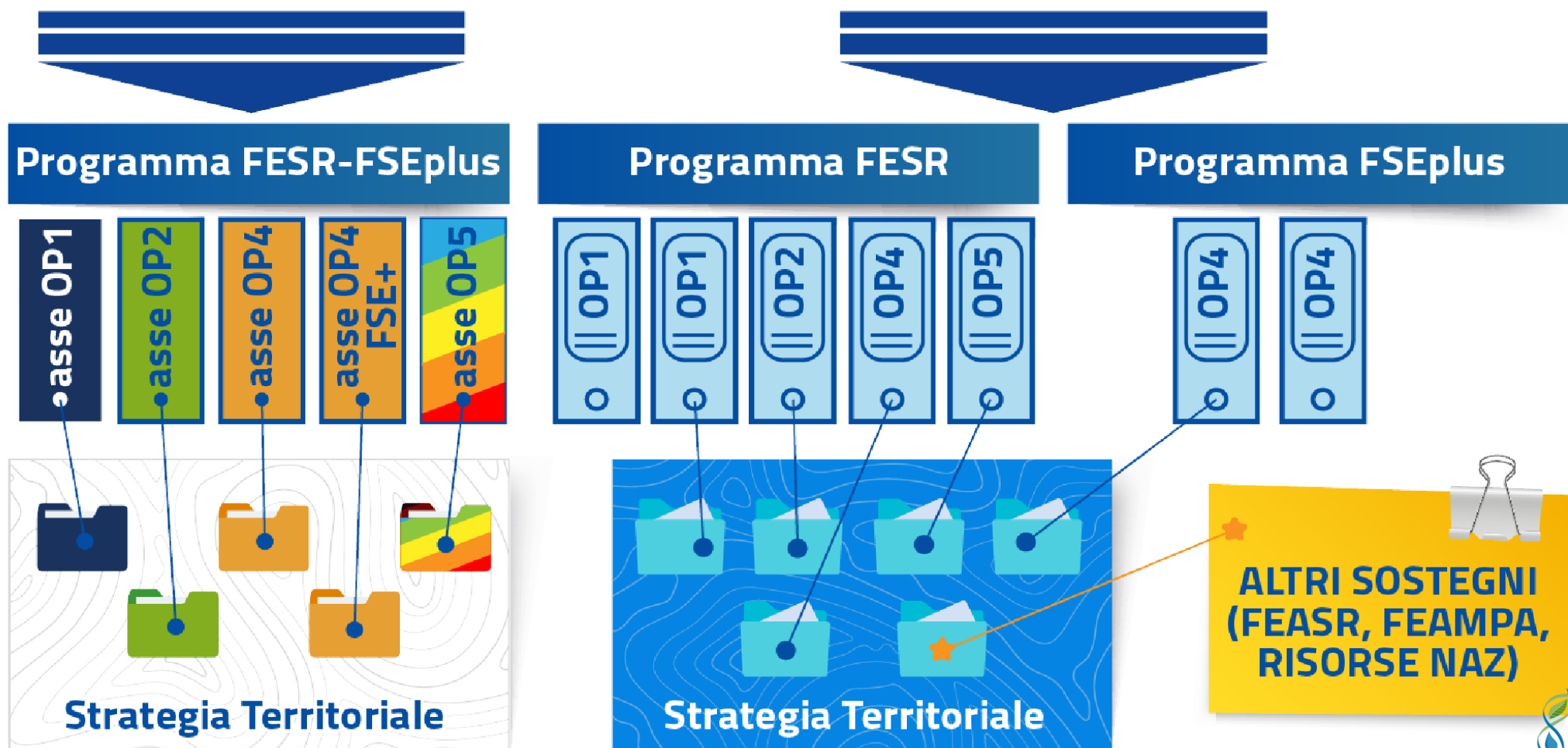
Rafforzamento attrattività sistema turistico

Migliorare la salute

Dai risultati del Laboratorio SNV "Competitività di Imprese e sistemi locali"

/ Il sostegno alle ST SNAI dopo nel 2021-2027

Le strategie territoriali nei programmi della coesione



/ Strategia nazionale aree interne – SNAI 2021-2027

LE NUOVE 43 AREE SNAI 2021-2027

- Abruzzo:** Valli del Sagittario e dell'Aldo Sangro; Piana del Cavaliere-Alto Liri
- Basilicata:** Medio Agri; Medio Basento
- PA Bolzano:** Val d'Ultimo-Alta Val di Non -Tesimo – Lana; Alta Val venosta
- Calabria:** Alto Jonio Cosentino; Versante Tirrenico Aspromonte;
- Campania:** Alto Matese; Sele Tanagro; Fortore Beneventano
- Regione Emilia-Romagna:** Appennino Parma Est; Appennino Forlivese e Cesenate; Appennino Modenese;
- Friuli Venezia Giulia:** Valli del Torre e del Natisone
- Lazio:** Monti Lepini; Prenestini-Giovenzano-Sacco;
- Liguria:** Fontanabuona; Imperiese
- Lombardia:** Lario Intelvese-Lario Ceresio; Valcamonica; Valtrompia
- Marche:** Monteferlito e Alta Valle del Metauro; Appennino Alto Fermano
- Molise:** Isernia-Venafro; Medio Basso Molise
- Piemonte:** Valsesia; Terre del Giarolo
- Puglia:** Alto Salento
- Sardegna:** Barbagia; Valle del Cedrino
- Sicilia:** Corleone; Bronte; Troina
- Toscana:** Alta Valdera-Alta Valdicecina-Colline Metallifere- Valdimerse; Amiata Valdorcia - Amiata Grossetana - Colline del Fiora
- PA Trento:** Giudicarie Centrali ed Esteriori; Valle Rendena
- Umbria:** U.C. Trasimeno; Media Valle del Tevere e Umbria Meridionale
- Veneto:** Apalga Zoldo; Cadore
- Valle d'Aosta:** Mont Cervin

LE NUOVE 13 AREE SNAI 2021-2027 (senza finanziamento nazionale)

- Basilicata:** Vulture;
- PA Bolzano:** Val Passiria Tirolo;
- Calabria:** Alto Tirreno Pollino;
- Regione Emilia-Romagna:** Alta Val Trebbia e Val Tidone; Appennino Bolognese
- Lazio:** Etrusco Cimino
- Liguria:** Valle Scrivia; Val Bormida Ligure
- Marche:** Potenza Esino Musone
- Sicilia:** Mussomeli, Santa Teresa di Riva, Palagonia
- Toscana:** Valdichiana Senese

GLI STRUMENTI PER ASSICURARE IL CONTRIBUTO ALLE ST

1. «cooperazione per lo sviluppo rurale, locale e smart villages» (SRG07)
2. sinergie tra le Strategie Territoriali della SNAI e LEADER
3. Il sostegno della RRN ai processi di co-progettazione

APPROCCI DI
POLICY
DEDICATI E
DIVERSIFICATI

RAFFORZARE LA CO-PROGETTAZIONE SUI
TEMI AGRICOLI E IL DIALOGO CON LE
COMUNITÀ

LO STRUMENTO È LA
COOPERAZIONE
TERRITORIALE

Azione di supporto e accompagnamento alla progettazione locale della Rete Rurale Nazionale

ITEMI : INNOVAZIONE, AGRICOLTURA E IDENTITÀ DEI LUOGHI, SINERGIE CON TURISMO

02. DESIGN STRATEGICO

MOSAIC – DESIGN YOUR DECISION



**L'approccio:
Design Maieutico
Basato sulle
Evidenze**

/ Costruzione sociale dell'innovazione:

Decostruzione della conoscenza diffusa: dallo stereotipo all'archetipo.



In questa prima fase occorre saper **cogliere** e **decodificare** stereotipi diffusi, entrando in **empatia** con gli attori territoriali, inserirsi nelle **narrazioni** e nelle **rappresentazioni** locali, ascoltare, osservare, leggere le relazioni e il territorio dall'esterno, ma standoci dentro, con una metodologia ecologica e costruttiva. Si tratta di una forma di **design** in grado di produrre significati attraverso l'esercizio di una **funzione maieutica e induttiva**.

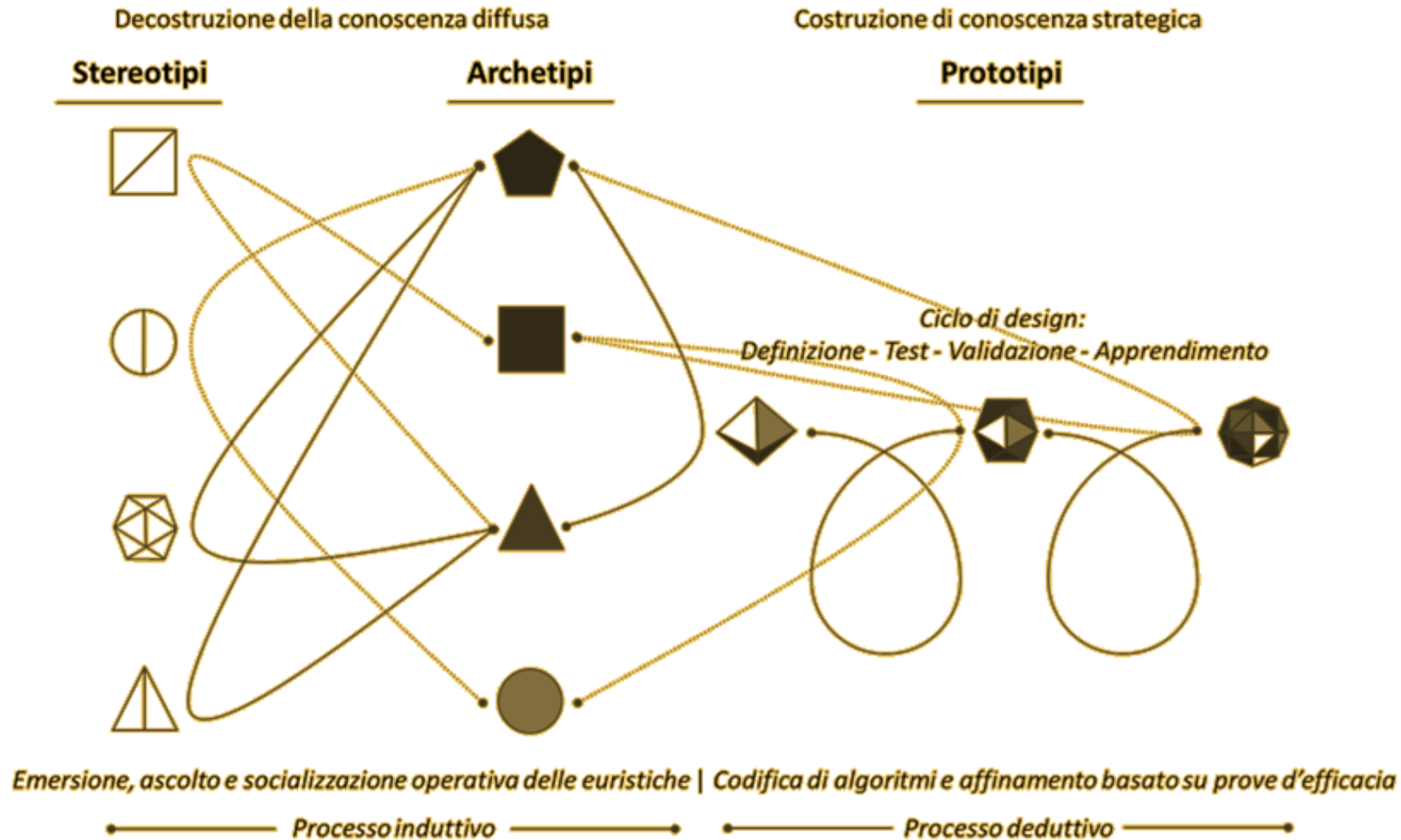
/ Costruzione sociale dell'innovazione:

Costruzione di conoscenza strategica: dall'archetipo al nuovo prototipo

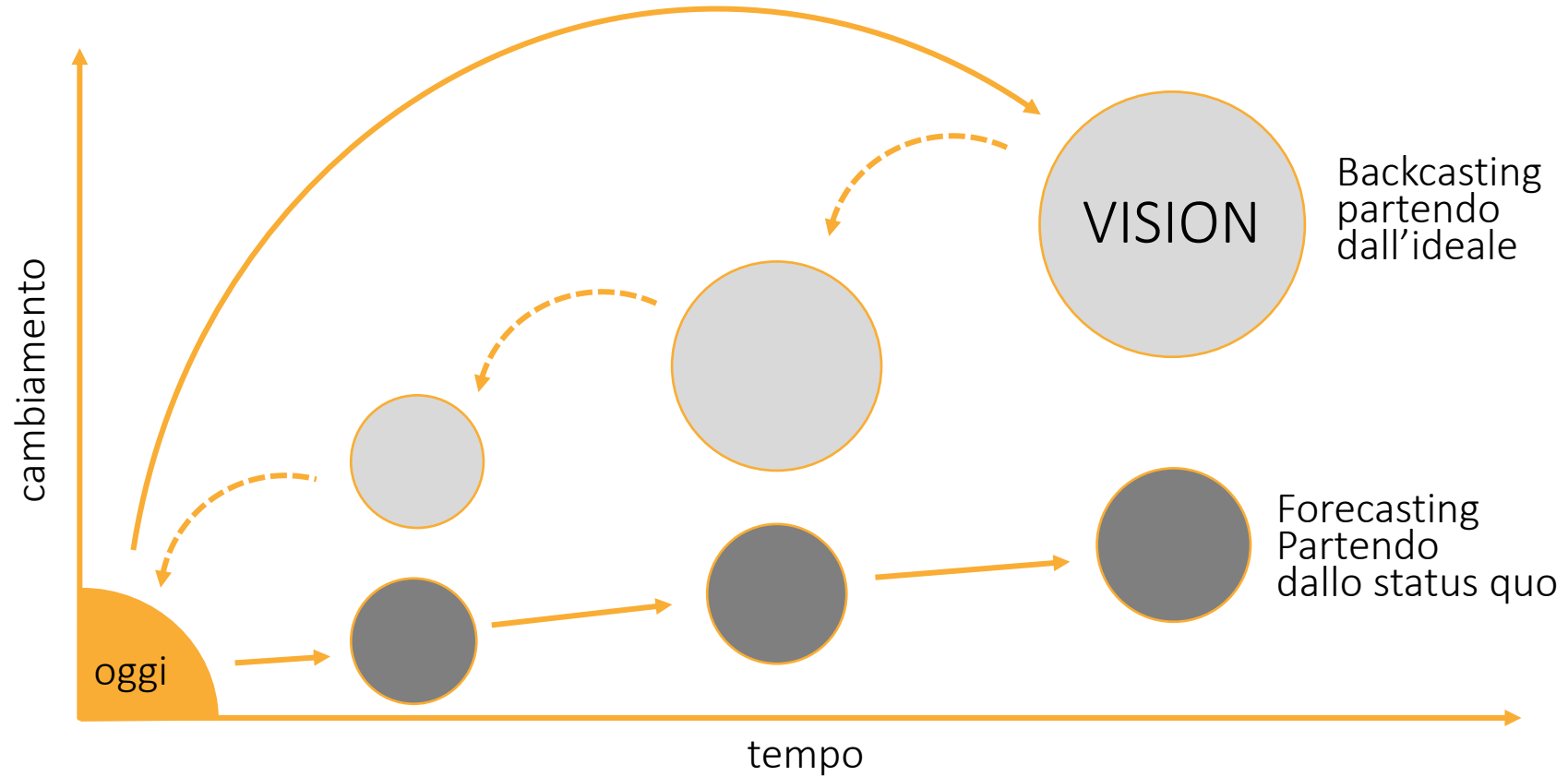


La seconda fase riguarda la **codifica** della **teoria del cambiamento**, ovvero della strategia di sviluppo. Tale passaggio combina gli elementi raccolti nella fase precedente, con le **migliori pratiche** e **conoscenze validate** disponibili e trasforma le strategie basate sull'esperienza diretta non validata, in **algoritmi**, ovvero in percorsi di problem solving codificati e validabili. Il passaggio **dall'archetipo** al nuovo **prototipo** definisce la fase deduttiva e introduce al processo di validazione sistematica degli apprendimenti attraverso l'approccio basato sulle **prove di efficacia** (evidence-based policy-making).

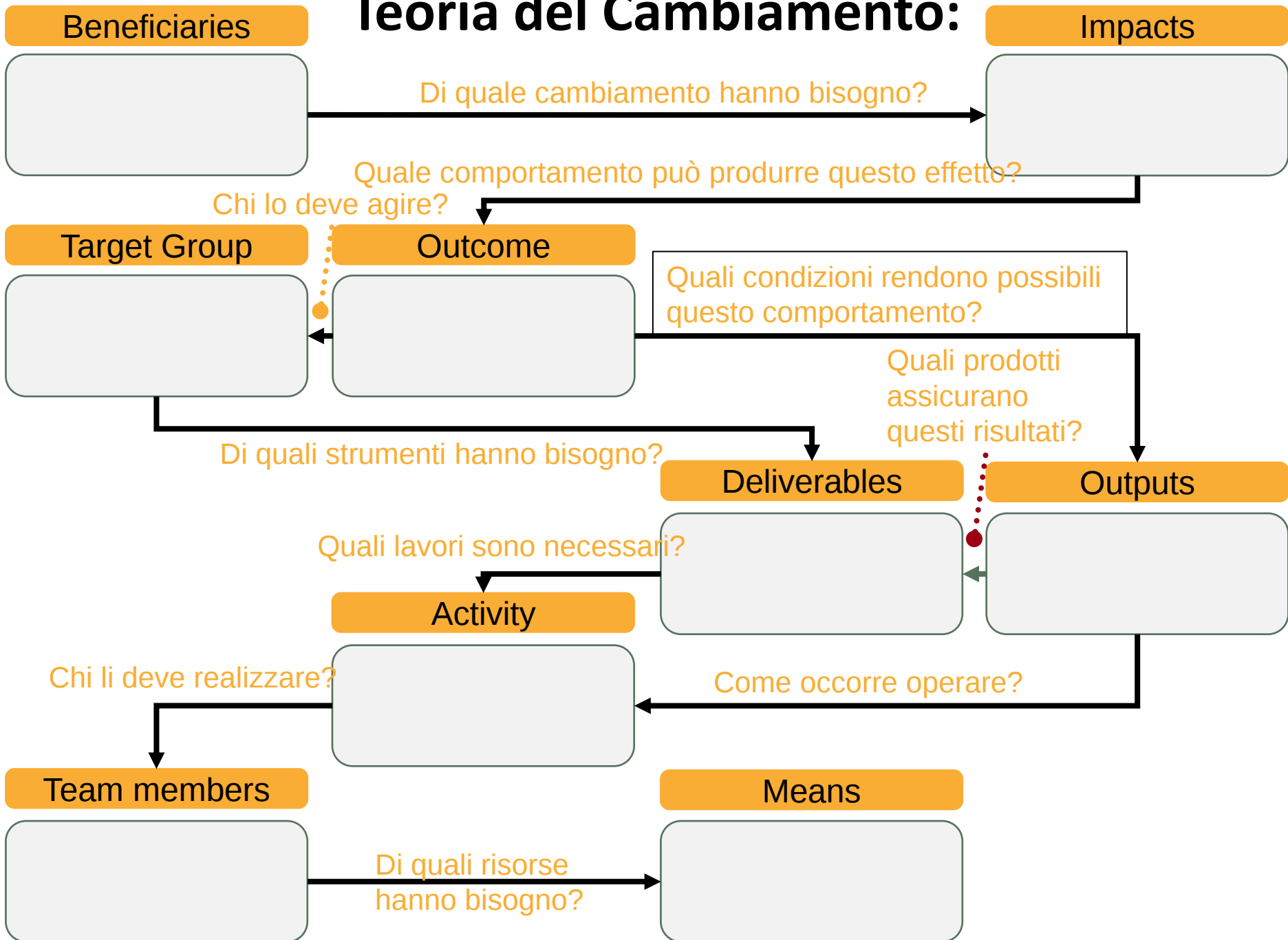
/ Design Maieutico Basato sulle Evidenze



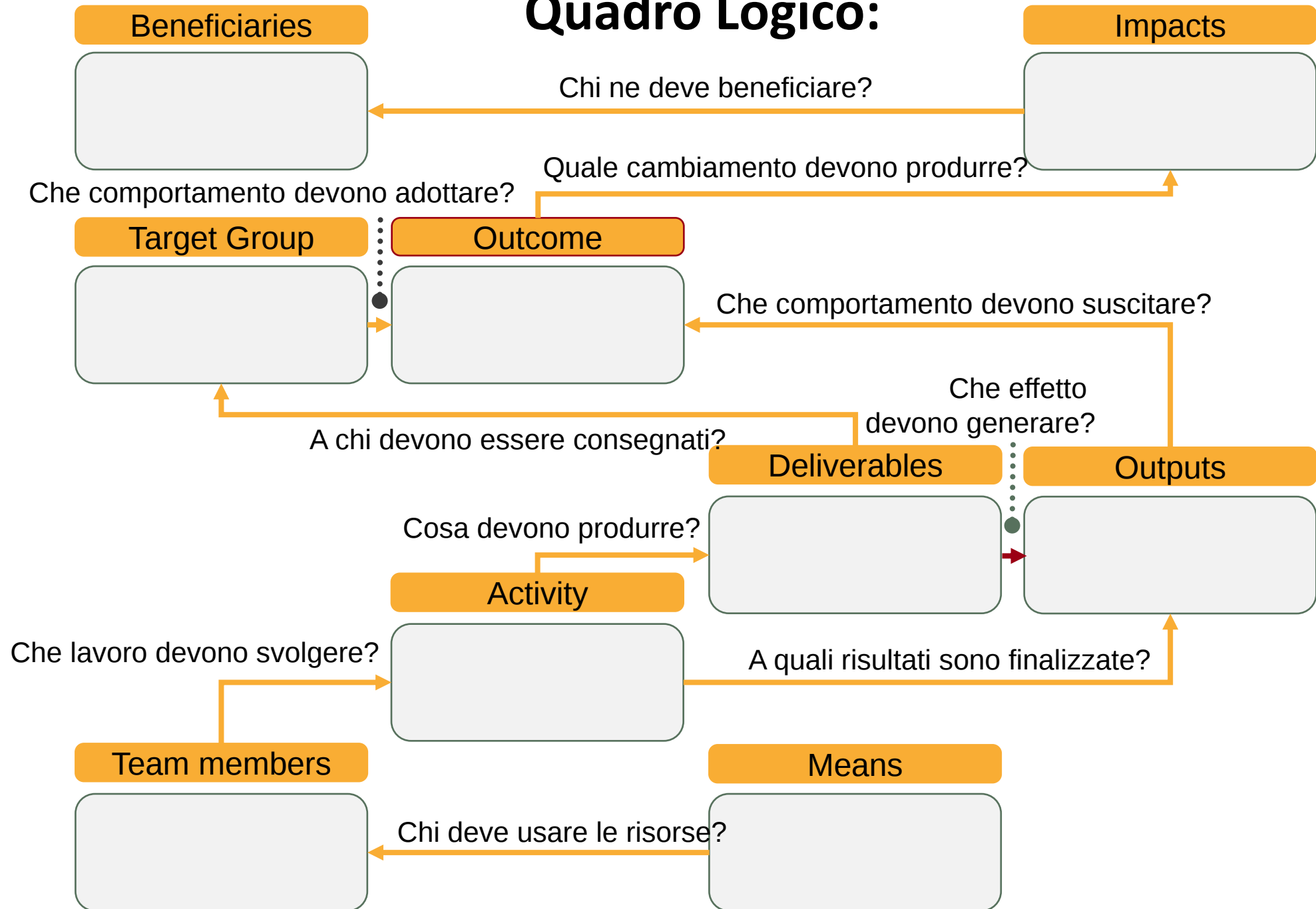
/ Backcasting e Forecasting:



Teoria del Cambiamento:



Quadro Logico:





**Lo strumento:
Mosaic –
Design Your
Decision**

/ Mosaic – Design Your Decision:

- Dagli elementi distintivi di questo approccio è nato il **software** sviluppato da **WeEurope srl SB** con il supporto di **Sherpa srl**.
- Mosaic è una **applicazione web** che incorpora strumenti e metodi di **Design Thinking**, **Project Management** e **Product Development**, che accompagna team di lavoro, tipicamente multidisciplinari, in un **processo di co-decisione strategica** che passa dall'analisi approfondita di un fenomeno fino alla generazione di soluzioni creative, cantierabili e verificabili.



/ Mosaic – Design Your Decision:

I cinque **elementi qualificanti** del processo di strategy design Mosaic sono:

1. Partire da **dati obiettivi**, salienti e aggiornati;
2. Esaltare l'**intelligenza delle persone** attraverso dinamiche collaborative;
3. Ricercare le **domande giuste** prima delle risposte;
4. Giungere a **decisioni condivise, concretamente sperimentabili**;
5. **Verificare l'efficacia** delle soluzioni e aggiornare le basi dati disponibili in partenza.

/ Mosaic – Design Your Decision:

I partecipanti ai **tavoli**, in presenza o virtuali, sono chiamati ad interagire attraverso una serie di azioni **nell'ambiente di cooperazione digitale** offerto dal software, inserendo contenuti, esprimendo voti e punteggi, tracciando connessioni tra elementi, ecc.

Queste **micro-interazioni** sono tracciate ed elaborate dal programma e plasmate in un **algoritmo** basato sulla struttura logica del **PoliHoneyComb Canvas**, restituendo, infine, una soluzione innovativa concepita in **forma progettuale**.



/ Alcuni casi d'uso:



Numero di
Sessioni realizzate:

292 *(in 1.276 giorni)*

Numero di
Utenti effettivi:

5.261

>5mila item

>56mila valutazioni

>18,3mila cause-effetti

>7,3mila soluzioni

Identificare

Il problema

Definire

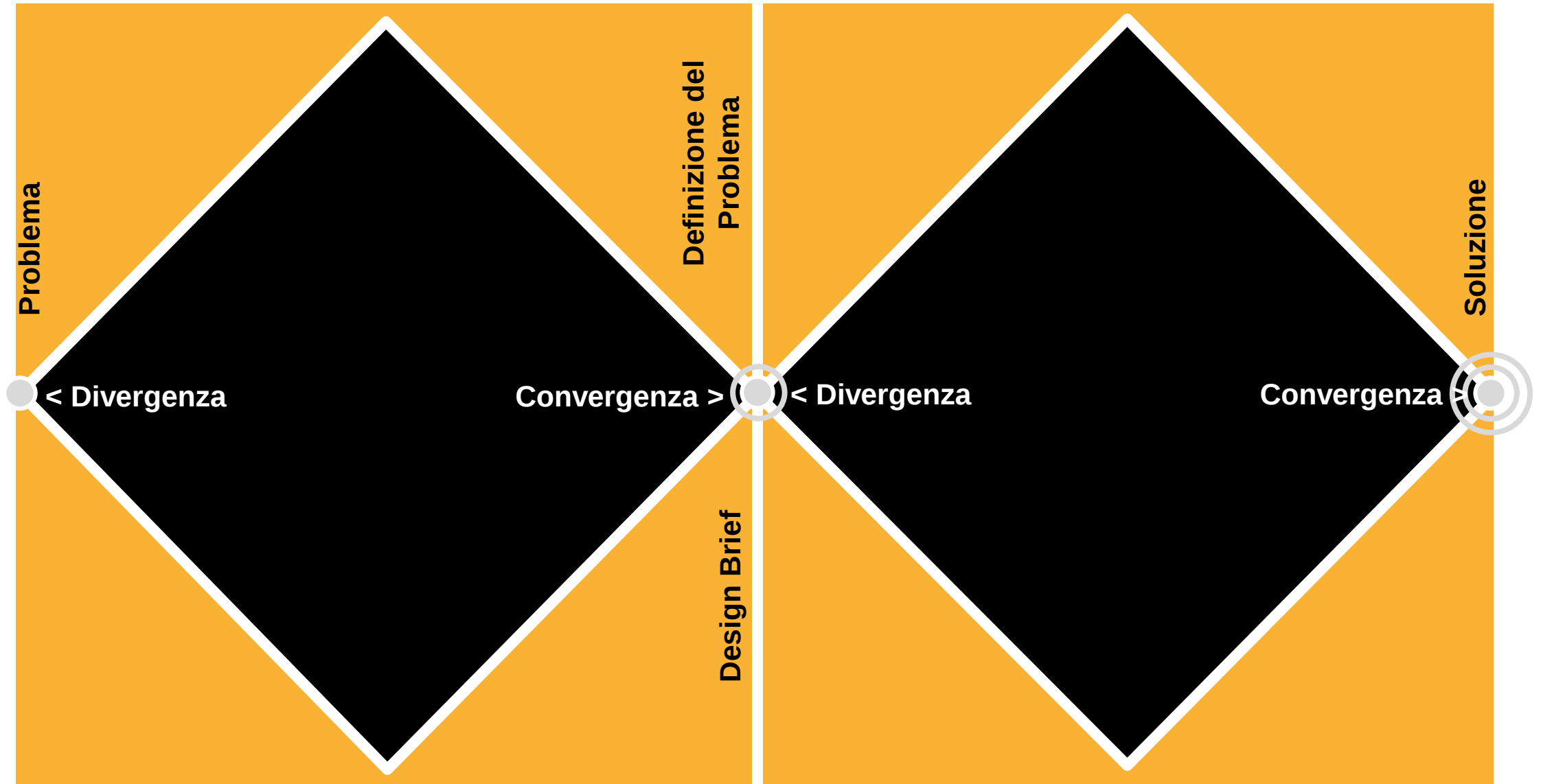
l'area su cui focalizzarsi

Sviluppare

possibili soluzioni

Rilasciare

soluzioni efficaci



/ Il Percorso Mosaic



ANALISI SWOT

Dato: Tra il 2010 e il 2017 gli introiti dei musei in Italia sono cresciuti del 9,2%

Interno vs Esterno

Il dato descritto:
è generico e comune a tutti i contesti simili
è una caratteristica specifica del contesto di analisi

Generico Specifico

1 di 6

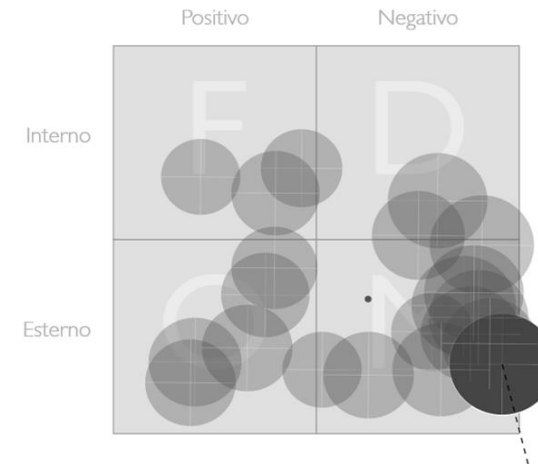
SUCCESSIVA

ANNULLA
RISPOSTE



Sposta il cursore per posizionare la tua risposta tra i due estremi della barra grigia.
Poi premi sul pulsante "Successiva" per passare alla domanda seguente.

Al termine delle 6 domande comparirà un pulsante di invio per chiudere questa schermata e ritornare alla matrice SWOT.



CAUSE - EFFETTI



Stato avanzamento ▼

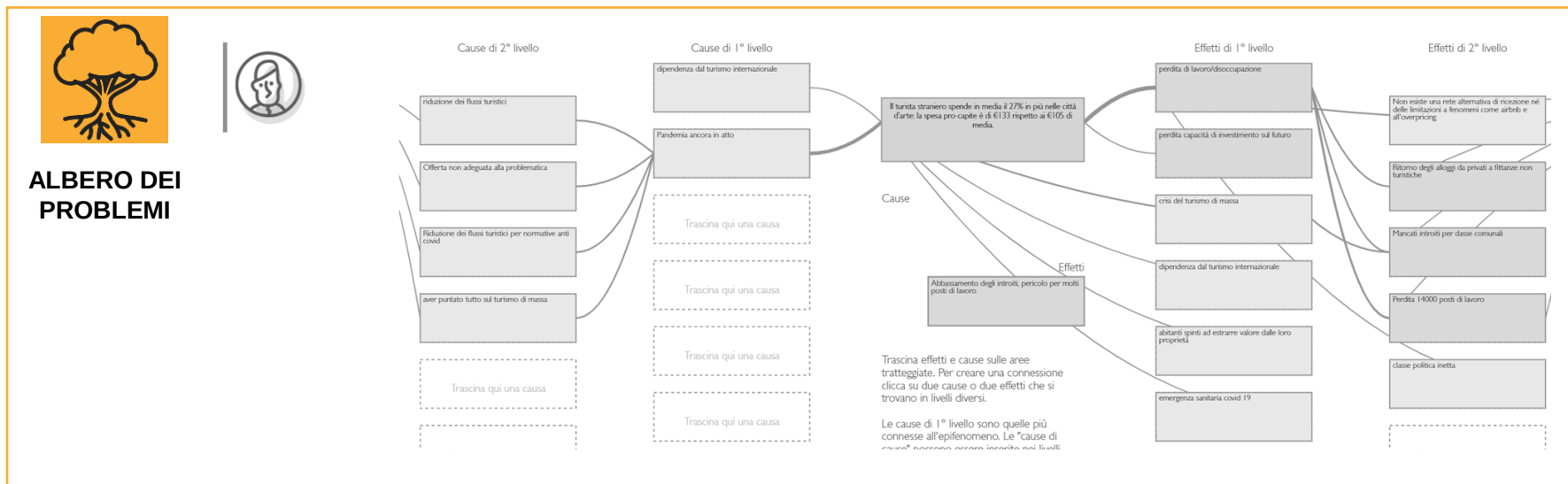
Cause (14)

abitanti spinti ad estrarre valore dalle loro proprietà
aver puntato tutto sul turismo di massa
classe politica inetta
crisi del turismo di massa
dipendenza dal turismo internazionale
dipendenza dal turismo internazionale
emergenza sanitaria covid 19
impatto del covid
Non esiste una rete alternativa di ricezione né delle limitazioni a fenomeni come airbnb e all'overpricing
Offerta non adeguata alla problematica
Pandemia ancora in atto
Questa debolezza in realtà è una opportunità per superare l'impatto del turismo di massa sulla laguna e la città di Venezia (grandi navi, lottizzazione di interi quartieri a fini di "cheap hotel", ecc)
riduzione dei flussi turistici
Riduzione dei flussi turistici per normative anti covid

Effetti (15)

Abbassamento degli introiti, pericolo per molti posti di lavoro
alta disoccupazione
crescita tensioni sociali
crisi delle attività economiche della città
decremento lavoro per settore turistico/culturale/commerciale/ristorazione
degrado urbano
mancati introiti di tasa di soggiorno comunale
Mancati introiti per tasse comunali
Perdita 14000 posti di lavoro
perdita capacità di investimento sul futuro
perdita di lavoro/disoccupazione
Rischio di chiusura di alcune strutture
Ritorno degli alloggi da privati a fittanze non turistiche
serrande chiuse
spopolamento

/ Il Percorso Mosaic





COSTRUZIONE ENUNCIATO



Riarrangia causa ed effetto e trova il "Chi" per costruire un enunciato di senso compiuto. Poi premi sul pulsante a fondo pagina per proseguire.

Causa:

è in atto l'emergenza sanitaria Covid-19

Effetto:

hanno visto la riduzione dei volumi di lavoro per settore turistico/culturale/commerciale/ristorazione

Chi:

Le città d'arte

/ Il Percorso Mosaic



COME FACCIAMO A...?



Attendi la ricezione delle domande "Come facciamo a...?".
Quando tutti hanno finito premi il pulsante a fondo pagina per proseguire

Stato avanzamento ▼

Come facciamo a coinvolgere la popolazione nello sviluppo dell'offerta turistica
Come facciamo a contrastare lo spopolamento della città e ad aumentare il numero dei residenti?
Come facciamo a garantire il ritorno dei turisti finita l'emergenza sanitaria?
Come facciamo a garantire la sussistenza economica di un turismo di dimensioni più ridotte
Come facciamo a generare economie diverse da quella turistica?
Come facciamo a immaginare un modello di turismo non necessariamente speculativo
Come facciamo a mettere al centro delle politiche urbane e sociali le persone che abitano?
Come facciamo a mitigare l'effetto dell'emergenza sanitaria?
Come facciamo a non far diventare Venezia un museo?
Come facciamo a promuovere un turismo rivolto ai "locali"?
Come facciamo a regolare i flussi di un turismo che prima o poi ripartirà?
Come facciamo a rilanciare il settore turistico a valle dell'assenza dei flussi di massa
Come facciamo a ripensare il turismo delle città d'arte?
Come facciamo a rivitalizzare il tessuto commerciale di una città che si era votata al turismo che non c'è più?
Come facciamo a sostenere le imprese turistiche durante l'emergenza covid-19?
Come facciamo a: attraverso una app dedicata
Come facciamo a: aumentando il numero di corse
Come facciamo a: facilitando la circolazione delle informazioni
Come facciamo a: favorendo altri mezzi di locomozione
Come facciamo a: potenziando il numero di autisti e facendo turni del personale più adeguati



SVILUPPO SOLUZIONI



Attendi l'esito della votazione da parte degli utenti, poi scegli una o più soluzioni con le quali proseguire l'analisi.
Infine premi il pulsante "Prosegui".

Stato avanzamento ▼

Voti 2	Identificare dei nuovi target e sviluppare proposte turistiche coerenti con le loro attese e le problematiche che esasperano nel quotidiano
Voti 2	Valorizzare anche dimensione naturalistica della laguna veneziana (aree circostanti le città d'arte)
Voti 1	Favorire un turismo collegato alle aree periferiche alle città d'arte (montagna , mare)
Voti 1	Sviluppare delle esperienze virtuali per le destinazioni turistiche
Voti 1	Investire sul turismo sostenibile e responsabile
Voti 1	Indicizzare la comunicazione attorno a ciò che accade in ambito turistico, per visualizzare le esperienze "periferiche". Creando partenariati con agenzie turistiche ed enti locali. Promuovendo i costi minori.
Voti 1	Investire sul turismo sostenibile e responsabile
Voti 1	Indicizzare la comunicazione attorno a ciò che accade in ambito turistico, per visualizzare le esperienze "periferiche". Creando partenariati con agenzie turistiche ed enti locali. Promuovendo i costi minori.



Valuta le soluzioni qui sotto, cliccando un valore su ogni scala graduata.
0 = nulla, 5 = molto.
Se non vedi soluzioni, non considerare questa fase.

Identificare dei nuovi target e sviluppare proposte turistiche coerenti con le loro attese e le problematiche che esasperano nel quotidiano



Desiderabilità



Fattibilità



Finanziabilità

Valorizzare anche dimensione naturalistica della laguna veneziana (aree circostanti le città d'arte)



Desiderabilità



Fattibilità



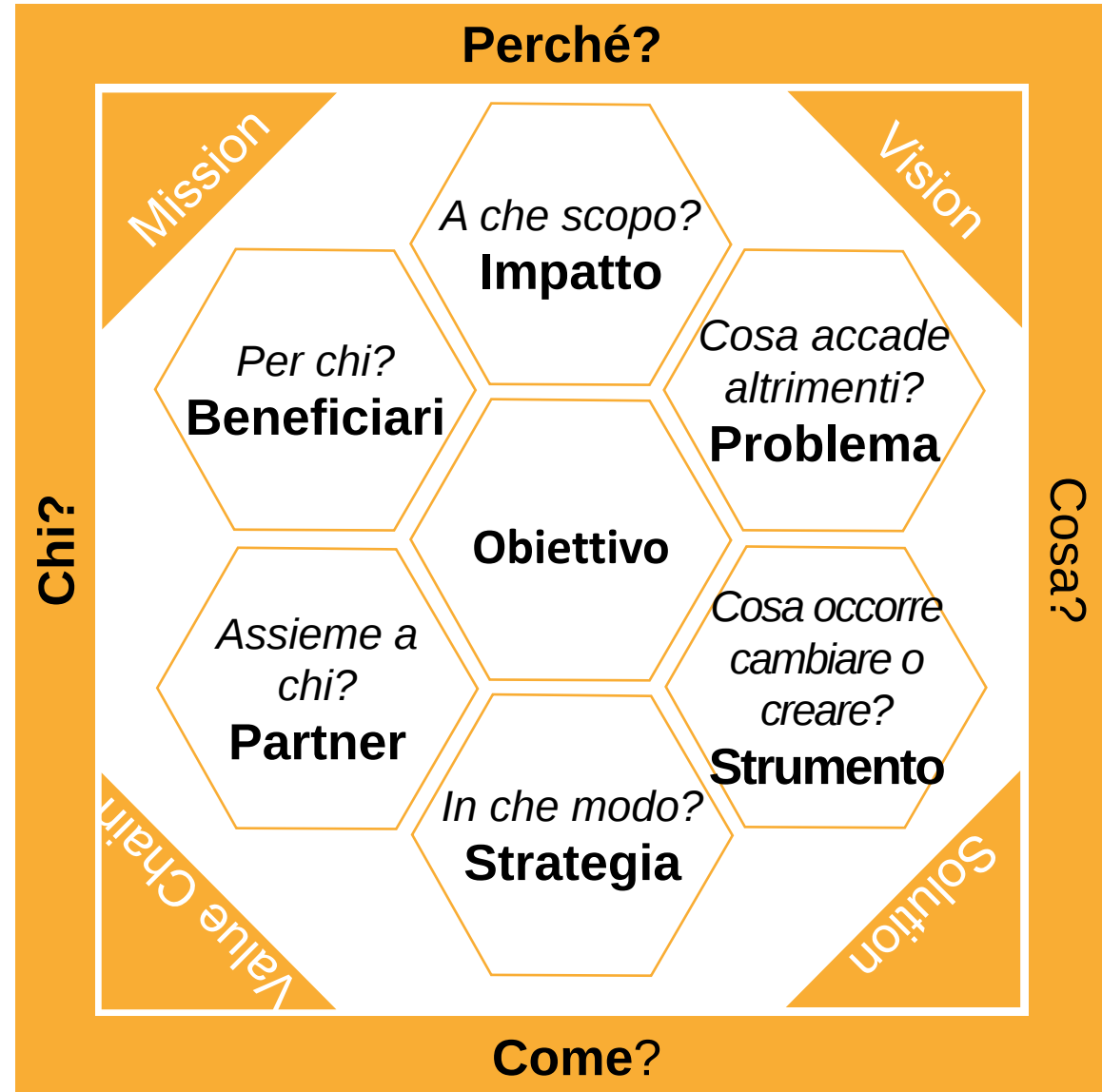
Finanziabilità

/ Quadro Logico



QUADRO
LOGICO

**Poli-HoneyComb
Canvas:**



/ Usi nella Pianificazione PSL

Design Strategico del Piano

- Analisi SWOT partecipata
- Definizione dei fabbisogni
- Clusterizzazione degli Obiettivi Locali
- Identificazione degli Ambiti Tematici

Design Strategico dei Progetti

- Co-progettazione multi-stakeholder dei Progetti di Comunità/Progetti Strategici di sviluppo integrato.

**Processi
partecipativi
supportati da
Mosaic**



Questione 1: Il linguaggio

/ Dati, informazioni, evidenze

William Edwards Deming

Senza dati sei solo un'altra
persona con una opinione.



/ La Bussola dei Bias

Realtà di primo livello

Qualità fisiche osservate di un qualcosa o di una situazione

Realtà di secondo livello

Percezioni, interpretazioni personali della realtà di primo livello

Fatti incompleti o Esperienze dirette

Affermazioni

- Ho sentito....
- Dicono...
- Lei ha visto che...
- Sento che...

Domande di chiarimento

- Chi? Cosa? Quando? Dove? Come?
- Quanti? Perché?
- Cosa intendi esattamente? Cosa è successo?
- Potresti essere più specifico?



Regole

Affermazioni

- Devo....
- È necessario che...
- Non posso...
- È impossibile che...
- Non si deve...

Domande di chiarimento

- Cosa succederebbe altrimenti?
- Cosa ce lo impedisce?

Assunti

Affermazioni

- Interpretazioni
- Ipotesi
- Deduzioni

Domande di chiarimento

- Come x causa y?
- Cosa ti consente di capire che...?
- Come facciamo a saperlo?
- Cosa ti aspetti da...?
- Potresti fare un esempio?

Generalizzazioni

Affermazioni

- Sempre
- Mai
- Nessuno
- Tutti
- La gente

Domande di chiarimento

- Sempre?
- Mai?
- Nessuno?
- Tutti?
- La gente?
- Se sicuro?

Giudizi

Affermazioni

- Io sono...
- La vita è...
- È giusto/sbagliato...
- È importante...

Domande di chiarimento

- Cosa ti fa dire che...?
- In che modo è inaccettabile...?
- Come si manifesta?

/ Esprimere gli enunciati in modo SMART:

- Una questione di falsificabilità:

Gli obiettivi SMART sono quelli che definiscono gli obiettivi e i Key Performance Indicators in modo preciso e facile da comunicare.

Citato per la prima volta in una pubblicazione nel 1981 da George T. Doran e ampliato successivamente dal professor Robert S. Ruben, SMART è un acronimo che sta per:





Questione 2: Le logiche

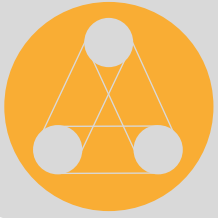
/ Assunti Maieutici inclusi nell'approccio:



Ogni persona ha una conoscenza interiore che deriva dalla propria esperienza.



Il dialogo è uno strumento per la ricerca reciproca e la partecipazione attiva.

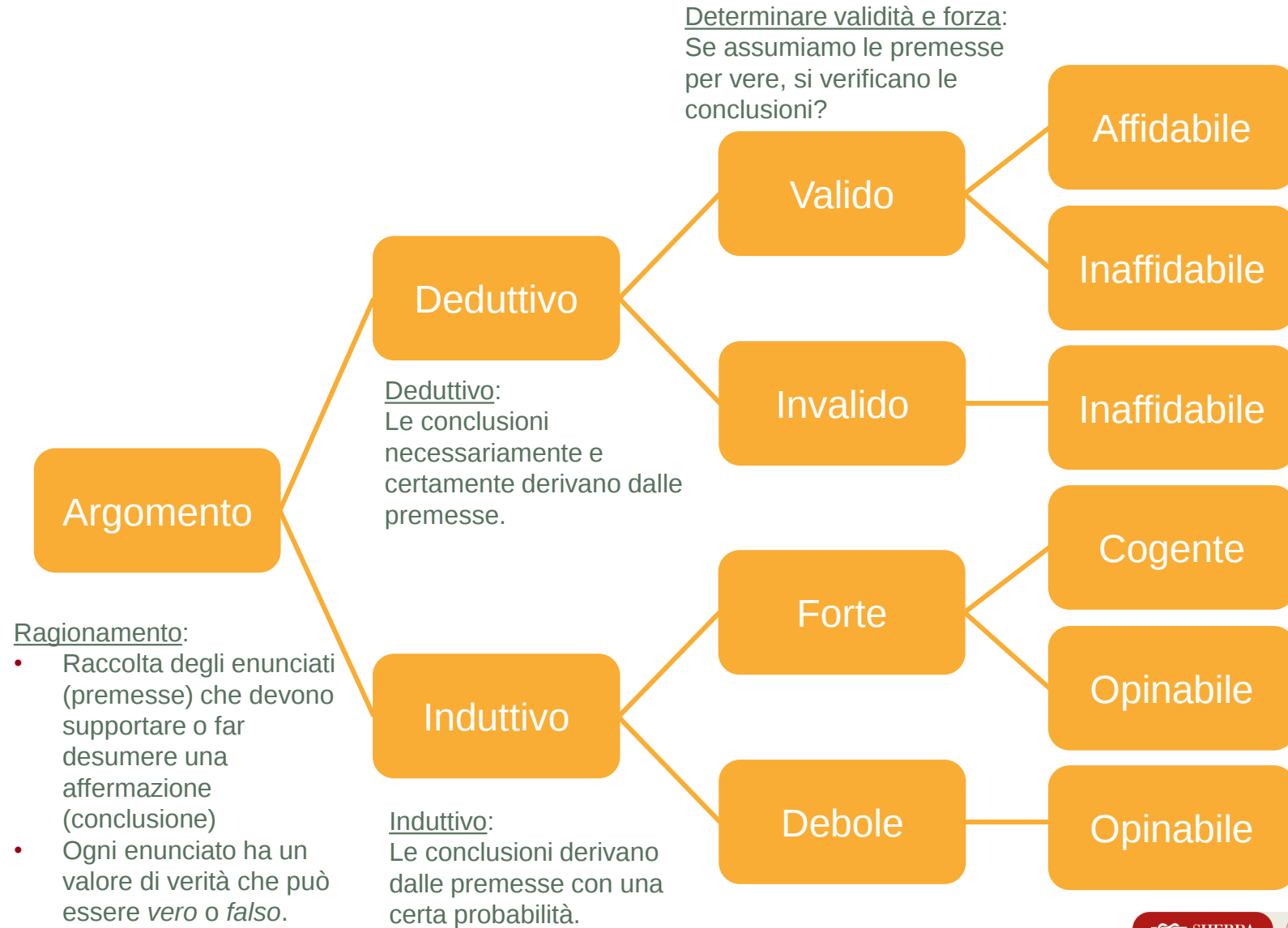


La conoscenza è dinamica e in costante evoluzione e viene costruita all'interno di un gruppo.



Ciascuno in relazione all'interno di un gruppo può divenire un elemento di cambiamento.

/ Forme di ragionamento:



/ Grounded Theory:

La **Grounded Theory (GT)** è una metodologia di ricerca ispirata al "paradigma interpretativo", volto ad interpretare i processi sottesi ad un determinato fenomeno.

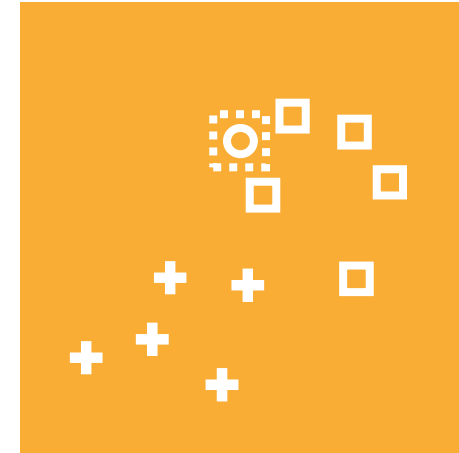
Il processo parte dalla raccolta di dati ed evidenze di varia natura, le quali vengono codificate e poi clusterizzate per affinità, fino ad ottenere dei gruppi omogenei.

Codice	Identificare gli elementi che consentono di raggruppare dei dati
Concetto	Raccolte di codici con contenuto simile
Categoria	Ampi gruppi di concetti che sono usati per generare teorie
Teoria	Raccolte di categorie che riguardano il tema di indagine

/ Operazioni logico matematiche in Mosaic

Classificazioni

Attribuire idee, concetti, fatti, dati ad una specifica categoria semantica secondo una classificazione predeterminata, ad esempio indicando se un dato rappresenta una “minaccia” o una “opportunità”.



Regressioni

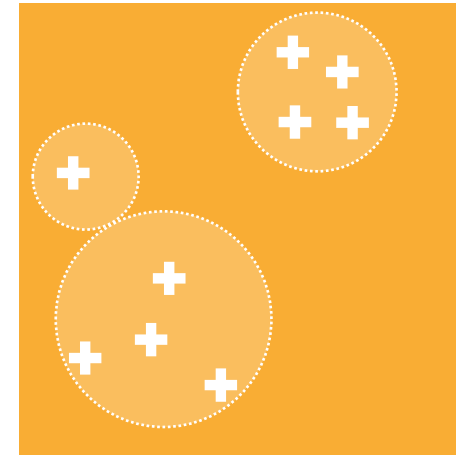
Definire le relazioni tra due elementi o variabili specificando l'eventuale relazione causale che li lega o indicando comuni cause o effetti, ad esempio indicando se il fenomeno A produce il fenomeno B o viceversa.



/ Operazioni logico matematiche in Mosaic

Raggruppamenti

Raggruppare elementi in base a criteri di affinità, attribuendo un valore semantico-descrittivo all'elemento aggregante, ad esempio collegando soluzioni assieme in base al principio inventivo contenuto.



Stime di densità

Stimare la probabilità di accadimento di una variabile, stabilendo ponderazioni e misure, ad esempio valutando il grado di fattibilità di una soluzione tecnica.



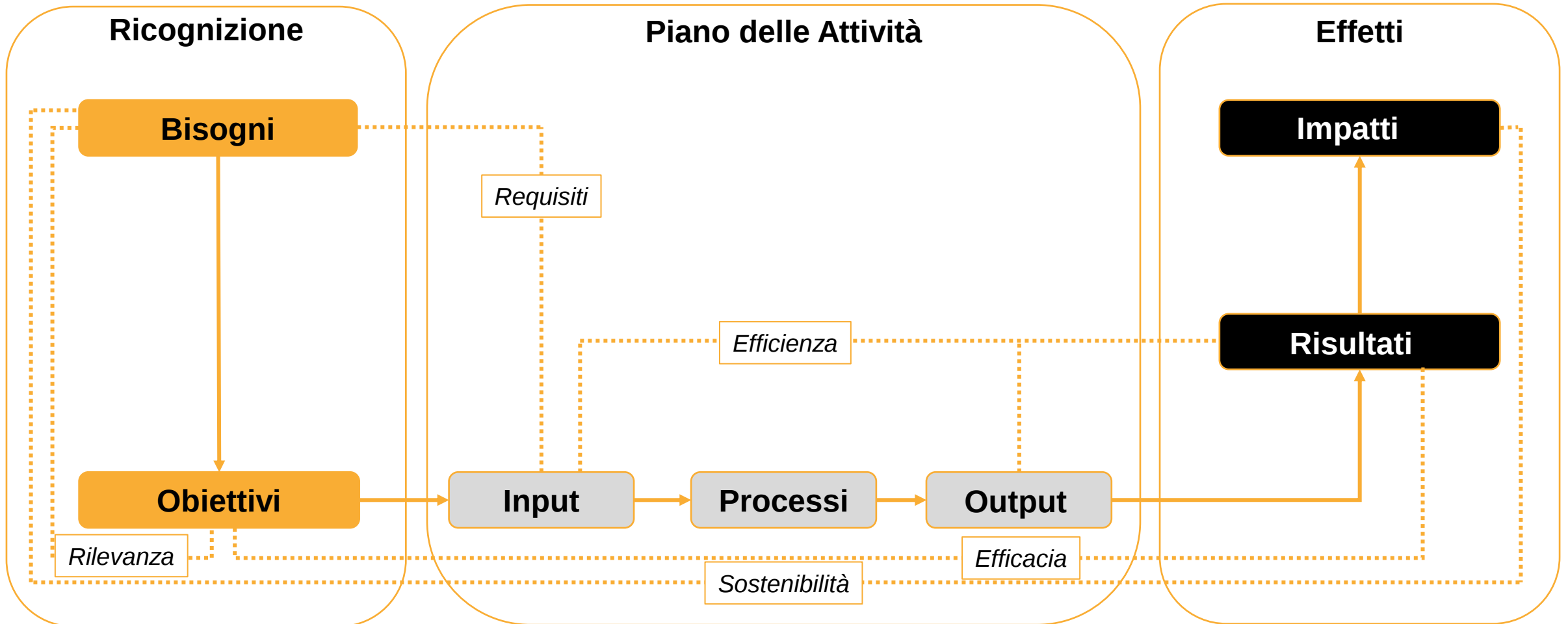


Conclusioni

/ Il triplice vincolo



/ Verifiche empiriche per validare la logica di intervento:



03. DAL DIRE AL FARE

WORKSHOP INTERATTIVO

/ Realizzazione di una SWOT partecipata:

mosaicdesign.eu

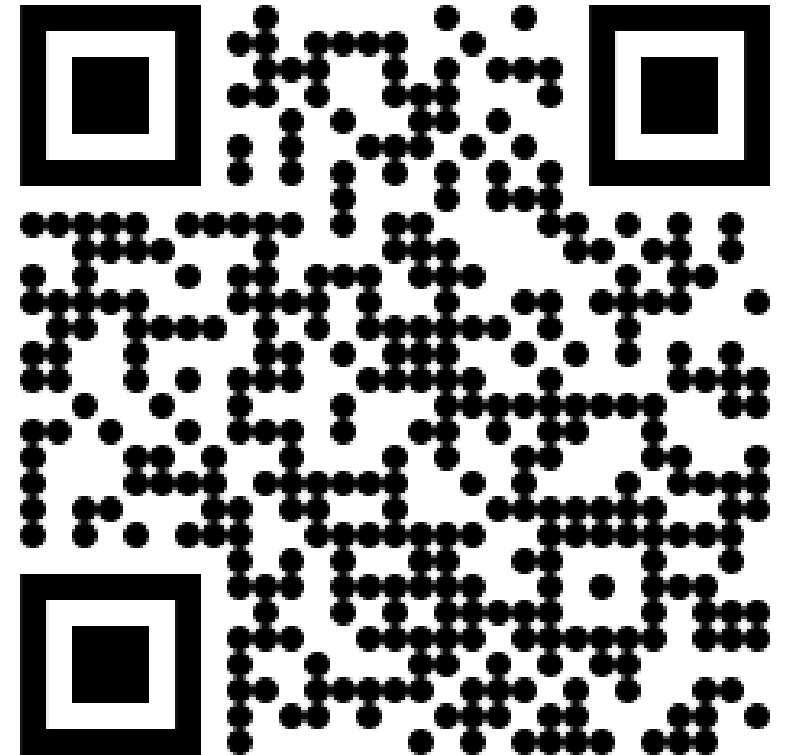
ACCEDI

MODERATORI

UTENTI

codice sessione:

935545



CO-PROGETTARE UN PSL

/ CONTATTI

Resolve è la divisione consulenza di ErgonGroup

CONTATTI

✉ info@resolve-consulenza.it

🌐 www.resolve-consulenza.it

☎ +39 049 636 5600

Sede legale

Viale Dell'Industria, 21
35129 – Padova (PD)

Sedi operative

Friuli Venezia Giulia, Veneto,
Lombardia, Toscana

RESOL/E

RESOL/E

by ErgonGroup