

Intrecciare il Futuro: una Destinazione nel cuore della Sardegna



La Strategia di Sviluppo Locale del GAL Barbagia, Mandrolisai, Gennargentu 2023-2027

Indice

PARTE A – Presentazione della proposta di Strategia di Sviluppo Locale di tipo partecipativo	3
A.1. Identificazione della proposta	3
A.2. Descrizione del GAL Proponente	6
A.3. Esperienze del GAL	6
A.4. Analisi del contesto	6
A.5. Demarcazione, complementarità e sinergia tra il PR FEASR e il PR FSE+	13
PARTE B – Sezione FEASR	14
B.1. Delimitazione territoriale dell'area GAL	14
B.2. Descrizione del Piano del Percorso partecipativo	16
B.2.1. Fasi del Percorso partecipativo	19
B.3. Descrizione del partenariato GAL	20
B.4. Principali risultanze dell'analisi di contesto e dell'analisi SWOT	21
B.5. Analisi delle esigenze di sviluppo e delle potenzialità dell'area	27
B.6. Obiettivi della Strategia, con individuazione di target finali misurabili per i risultati	32
B.7. Individuazione degli interventi	36
B.8. Schema di piano Finanziario e cronoprogramma	61
B.9. Modalità di gestione, sorveglianza e valutazione della strategia	62
B.10. Piano di animazione e comunicazione	64
PARTE C – Parti specifiche FSE+	70
C.1. I componenti del Partenariato Pubblico Strategico	70
C.2. Componente Partenariato	71
C.3. Il Processo di coinvolgimento della comunità locale nelle varie fasi di elaborazione della Strategia	76
C.4. Le Aree di Specializzazione, traiettorie di sviluppo e fabbisogni formativi e professionali	77
C.5. Il Quadro logico della proposta progettuale/strategica	78
C.6. Innovazione ed efficacia della proposta progettuale	91
C.7. Principi orizzontali: Sviluppo sostenibile, Pari opportunità e non discriminazione, Parità di genere	91
C.8. Le modalità di gestione, sorveglianza e valutazione, finalizzate a dimostrare la capacità del gruppo di azione locale di attuare la strategia	92
C.9. Il piano finanziario della Strategia FSE+	94

PARTE A – Presentazione della proposta di Strategia di Sviluppo Locale di tipo partecipativo

A.1. Identificazione della proposta

Titolo della proposta di Strategia di Sviluppo Locale Partecipativo

Intrecciare il Futuro: una destinazione nel cuore della Sardegna

Area geografica, caratteristiche distintive e popolazione interessata dalla Strategia

*“È bella la Barbagia, primordiale e
vergine come solo poche regioni della
vecchia Europa! [...] Il comune
viaggiatore [...] non immagina che, al di
là dei monti color acciaio che si ergono
all'orizzonte, sonnecchiano magnifici
boschi di querce e castagni e ruscelli
dall'acqua freschissima sgorgano dalle rocce”*

Immagini di viaggio dalla Sardegna,
Max Leopold Wagner

Il territorio del **GAL BMG** corrisponde a quello delle Regioni storiche della **Barbagia**, del **Mandrolisai** e del **Gennargentu**, ha una superficie di 854,30 km² e una popolazione di 21.756 abitanti al 2023, pari all'1,4% della popolazione sarda. L'area comprende **19 comuni** della Sardegna Centro orientale: Aritzo, Atzara, Austis, Belvi, Desulo, Gadoni, Gavoi, Lodine, Meana Sardo, Ollolai, Oniferi, Olzai, Ortueri, Ovodda, Sarule, Sorgono, Teti, Tiana, Tonara. Il territorio è costituito dalla Unione dei Comuni Barbagia, rappresentata da 8 Comuni (Gavoi, Lodine, Ollolai, Olzai, Oniferi, Ovodda, Sarule, Tiana) e dalla Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai, rappresentata da 11 Comuni (Aritzo, Atzara, Austis, Belvi, Desulo, Gadoni, Meana Sardo, Ortueri, Sorgono, Teti, Tonara).

Molti dei Comuni dell'area ricadono in Aree SIC e ZPS della Rete Natura 2000: SIC **Monte Gonare** (Sarule), SIC e ZPS **Monti del Gennargentu** (Aritzo e Desulo) e SIC **Su De Maccioni-Texile** (Aritzo e Belvi).

Il territorio è caratterizzato da una vasta area boschiva costituita tipicamente da lecci. La sughera e la roverella sono numerose nelle aree più interne della Barbagia e del Mandrolisai, mentre i boschi di castagno sono concentrati nelle aree a maggiore altitudine. Il territorio ospita elementi di elevata valenza naturalistica, come le foreste e i monumenti naturali di **Girgini** a Desulo, **Texile** ad Aritzo, **Sa Crabarissa ad Austis** e le splendide piscine naturali di **Is Caddaia**s a Gadoni. Luogo di attrazione per numerosi visitatori è il **Lago di Gusana**, a Gavoi, dove è possibile praticare escursioni in canoa/kayak, in mountain bike e a cavallo e battute di pesca. Oltre a quello di Gusana, sono presenti anche i laghi artificiali di **Torrei**, **Benzone** e **Cucchinadorza**. Il territorio è ricco di fiumi, cascatelle e piccoli rii.

In queste aree sono numerosi i percorsi di trekking e ciclo-escursionistici che richiamano appassionati da ogni parte della Sardegna, dell'Italia e dall'estero. Nella zona sono presenti anche numerose grotte, luoghi di attrazione per le attività speleologiche. Nel territorio di Gadoni, sono presenti i resti delle attività estrattive condotte fin dalla preistoria nelle miniere di **Funtana Raminosa**, oggi incluse nel Parco Geominerario della Sardegna. A Olzai è possibile visitare l'ultimo mulino ad acqua a ruota verticale ancora funzionante (dei sette attivi nel 1911 per la macina del grano): **su Mulinu vezzu**, lungo il rio Bisine. A Tiana è presente il museo di archeologia industriale “Le vie dell'acqua”, che comprende anche **sa Cracchera de tziu Bellu**, ultima gualchiera attiva nell'Isola (tra le poche in Europa) per la lavorazione dell'orbace.

Il territorio è abitato fin dalla preistoria, come dimostrato dai numerosi monumenti di epoca nuragica e pre-nuragica: nuraghi, *menhir* e domus de janas presenti nel territorio e oggi valorizzati in aree archeologiche attrezzate per le visite da parte dei turisti. Si citano, tra i più rilevanti: il **Nuraghe Nolza** a Meana Sardo, il villaggio nuragico di **Abini** a Teti, il parco dei menhir di **Biru 'e Concas** a Sorgono, il villaggio nuragico di **Soroeni** a Lodine e la Necropoli **Sas Concas** a Oniferi. La storia di Ollolai è legata alla figura di **Ospitone**, riconosciuto "dux dei barbaricini" da papa Gregorio Magno che, in una lettera ufficiale del 594 d.C., chiedeva al capo dei Barbaricini supporto nel processo di conversione del suo popolo.

Dal punto di vista culturale, l'area è ricca di peculiarità, legate a tradizioni identitarie, filiere enogastronomiche e saperi locali, attorno alle quali sono nate opportunità economiche e sociali, valorizzate, in particolare, attraverso gli eventi e le iniziative aderenti al circuito *Autunno in Barbagia*. Tra le peculiarità culturali va ricordata la tradizione de *s'istrumpa*, una lotta tradizionale di origine nuragica, oggi riconosciuta dal Coni e affiliata alla Federazione Internazionale Lotte Celtiche (FILC), alla quale si dedicano lottatori in vari comuni dell'Isola, ma particolarmente viva ad Ollolai, ed il **canto a tenore**, forma d'arte riconosciuta come Patrimonio Immateriale dell'Umanità dall'UNESCO, che vede in Oniferi uno dei comuni dell'Isola in cui tale tradizione è particolarmente viva. Il territorio ha raccolto, tramandato e valorizzato tradizione e saperi locali attraverso mostre e musei.

Ad Aritzo è presente il **Museo Etnografico della Montagna Sarda** che, attraverso un patrimonio di abiti tradizionali, maschere, attrezzi artigiani e di cucina, ricostruisce la cultura agropastorale barbaricina, mentre Sarule vanta un museo dedicato all'arte più rappresentativa del paese: il **museo della tessitura Eugenio Tivolara**. Nel **museo casa Porcu Satta** di Gavoi è possibile ammirare gli abiti della tradizione gavoese, giocattoli di un tempo (la splendida collezione Jocos), strumenti degli antichi mestieri e musicali, come *su tumbarinu* (tamburo), legato ai riti del Carnevale. L'arte di intaglio e incisione è raccontata dal **Museo del Legno** di Sorgono, allestito in un edificio con giardino, al centro del quale c'è la seicentesca artistica **Funtana Lei**; ospitano antichi arredi la seicentesca **casa Carta** e la **casa-museo Serra**. Mostre etnografiche e ricostruzioni di ambienti ed attività tradizionali sono presenti anche a **casa Satta** e **casa Mereu a Teti**, e a **Casa Porru**, in passato un carcere, oggi museo etnografico e degli antichi mestieri a Tonara.

A raccontare la storia geologica dell'area è il **Museo di Scienze Naturali** di Belvi, dove è esposta una vasta collezione di minerali fossili, numerose specie di insetti ed animali della fauna sarda, ma sono presenti anche esemplari provenienti da altri ambiti geografici. Il **Museo all'Aperto di Arte Contemporanea (MAAC)**, è, invece, il risultato tangibile più importante delle edizioni del Festival Sonos de Linna, il simposio d'arte che porta nella capitale di una delle tre Barbagie scultori, poeti e musicisti per ritrovarsi e ispirarsi a vicenda.

Atzara ospita il **Museo d'Arte Contemporanea MAMA**, intitolato ad Antonio Ortiz Echagüe, uno dei pittori costumbristi spagnoli che vi soggiornarono riproducendone gli abiti tipici e le tradizioni popolari e permettendo l'elaborazione di un linguaggio pittorico autoctono d'ispirazione iberica. Atzara ha ospitato importanti artisti sardi (Ballero, Biasi, Ciusa, Delitala, Stanis Dessi, Figari). Ruotano attorno a concittadini illustri: i tre musei di Desulo: la **casa-museo Carta**, quella di Antioco Casula, poeta sardo della prima metà del XX secolo, che ospita il **museo etnografico "Montanaru"**, in cui sono esposti abiti ed attrezzi tradizionali e la biblioteca del poeta, ed il **Museo Multimediale Montanaru (MMM)**; la casa-museo del pittore-incisore **Carmelo Floris** ad Olzai, a cui è dedicata anche la pinacoteca comunale con un patrimonio di 250 opere. Il nome di Sarule è, invece, legato a quello di Salvatore Badore Sini, l'autore del testo *A Diosa*, conosciuto anche come **Non Potho Reposare**.

Olzai è nota anche per la presenza, nelle chiese del paese, dei retabli, opere pittoriche religiose: in particolare la chiesa di **Santa Barbara** conserva una delle opere più celebri del "Maestro di Olzai", autore del retablo della Pestilenza. A Ovodda, cronaca e leggende vivono ancora nel santuario campestre di **San Pietro**, sito che tiene viva la memoria del villaggio scomparso di **Oleri**. Un forte sincretismo religioso tra fedi antiche e più o meno recenti abita il Santuario dedicato alla **Madonna d'Itria**, a Gavoi.

Le tipicità della zona si caratterizzano per prodotti che non ritroviamo in altri territori dell'isola, come **Sa carapigna**, una sorta di granita fatta con ghiaccio tritato e scioppo di succo di limone e zucchero, tipica di Aritzo. *Sas domos de nie*, alcune delle quali risalenti al XVII secolo, sono ancora visibili tra le felci e i ginepri di Funtana Cungiada, dove i niargios hanno portato avanti l'attività fino alla prima metà del Novecento. Gavoi, Lodine, Ollolai e Ovodda sono presidio slow food per il pecorino fiore sardo. Il comune di Gavoi ha dedicato al **Fiore Sardo DOP** un museo. Diversi i paesi in cui si produce il tradizionale **pane carasau**, primo fra tutti Ovodda, oltre a una vasta gamma di pasta fresca e dolci tipici. Tonara è famoso per il suo **torrone**, la cui sagra si celebra il giorno dopo Pasqua. Nel Mandrolisai si producono vini qualificati di pregio, come il **Mandrolisai DOC**.

Il patrimonio naturale del territorio si caratterizza per l'importante biodiversità vegetale spontanea, con la presenza di quasi 400 specie endemiche di piante officinali, e coltivata, con numerose varietà frutticole (pero, melo, albicocco, pesco, mandorlo, vite, olivo, castagno, nocciolo, ecc.) e orticole (**patata di Gavoi**, **fagiolini di Tiana e di Austis**, **pomodori**, ecc.). La biodiversità animale riguarda specie come la **trota macrostigma**, l'asino sardo, la pecora di razza sarda di taglia piccola e il maiale sardo. A Ortuero, nell'**oasi naturalistica di Mui Muscas**, vivono decine di esemplari di asinello sardo.

In molti dei comuni dell'area sono anche vive le lavorazioni tradizionali del **legno** e dei **metalli**. Ad Atzara, Gadoni, Sarule e Tonara è ancora particolarmente viva la tradizione tessile e, in particolare, l'arte della tessitura dei **tappeti**. Ad Ollolai e Olzai si mantiene ancora viva l'arte dell'intreccio dell'**asfodelo** per la produzione di manufatti, come ceste ed altri attrezzi essenziali alle attività domestiche (e non solo) e diffusamente utilizzati fino all'avvento della plastica. A Tonara è ancora apprezzata la produzione di **campanacci** per il bestiame e la lavorazione del **legno**, in particolare di castagno. È rilevante la presenza di realtà di lavorazione del **sughero**.

Numerosi gli eventi organizzati nei comuni dell'area: vanno sicuramente ricordate le feste religiose legate alle numerose chiese, incluse quelle campestri. Tra le festività religiose, spiccano le celebrazioni per **Sant'Antonio**, a gennaio, preludio ai riti del **Carnevale**, particolarmente sentiti a Gavoi, in cui sfilano le maschere tradizionali dei Tumbarinos, e a Sarule, con la maschera de Su Gattu, raccontata anche Grazia Deledda. Ovodda è nota anche per le celebrazioni che si tengono il **Mercoledì delle Ceneri**.

Particolarmente sentiti anche i riti della **Settimana Santa**: A luglio, Tonara celebra con un premio letterario il poeta **Peppino Mereu** mentre Gavoi, con il Festival **“L’Isola delle storie”**, celebra la letteratura. D’estate si celebra anche il **palio degli asinelli** di Ollolai. Il territorio si caratterizza, inoltre, per la presenza, in tutti i comuni del GAL, di centri storici di elevato valore architettonico, confermato dall’inserimento nel repertorio regionale dei centri storici, istituito ai sensi della L.R. 29/98, in quanto particolarmente significativi per le tradizioni, la cultura e l’architettura tradizionale.

Gavoi è insignito dal Touring club della **Bandiera arancione**, mentre Atzara fa parte dell’Associazione **I Borghi più belli d’Italia**. Sorgono, Meana, Tonara, Desulo, Belvi e Aritzo ospitano stazioni del **Trenino Verde**. I paesaggi del Mandrolisai, con i vigneti di Atzara, Sorgono e Meana, fanno parte del **Registro Nazionale del paesaggio Rurale**.

Sintesi della proposta

La Strategia di Sviluppo Locale ***Intrecciare il Futuro: una destinazione nel cuore della Sardegna*** del GAL BMG rappresenta un progetto ambizioso e innovativo, volto a creare una **sinergia tra i settori chiave dell’economia locale**: turistico, culturale, sociale, agroalimentare e artigianale.

La Strategia si propone di sviluppare un **sistema di offerta socio-culturale e turistico-ricreativa locale**, che abbracci e integri i settori portanti dell’economia locale e di **valorizzare le eccellenze territoriali**. Attraverso un approccio partecipativo e integrato, la Strategia mira al **miglioramento della qualità della vita della comunità locale** e dello spirito di collaborazione e partecipazione comunitaria per la creazione di un **tessuto economico più resiliente**.

Elemento centrale della Strategia è la creazione e promozione di una **Destinazione turistica territoriale** che incrementi il benessere della comunità e l’economia dell’area rurale del GAL BMG, agendo sulla valorizzazione del patrimonio naturalistico, culturale, agroalimentare, artigianale del territorio e la **promozione di un turismo sostenibile** che esalti le specificità locali e stimoli la crescita economica locale. Attraverso l’integrazione delle filiere locali è possibile creare un’economia turistica circolare che contribuisca ad uno sviluppo economico integrato in cui la **governance locale** - che vede una gestione collaborativa tra enti pubblici e privati e il coinvolgimento attivo della comunità locale – ne rappresenti il fulcro.

Gli obiettivi della Strategia saranno raggiunti attraverso la realizzazione di operazioni ordinarie, specifiche e di cooperazione, strettamente correlate e congiunte tra loro.

Le attività previste mirano alla valorizzazione in ottica sostenibile delle eccellenze dell’intera area, **al rafforzamento della cooperazione** in partenariati **pubblico-privati** e **reti di imprese**, allo sviluppo di sinergie e relazioni fra gli attori locali. La partecipazione delle comunità allo sviluppo locale consentirà di rafforzare il capitale sociale e implementare nuovi processi e modelli organizzativi negli enti locali e nelle imprese, per **una gestione e un uso sostenibile delle risorse territoriali**.

L’organizzazione, la promozione e la commercializzazione dell’offerta turistica e la fruibilità dei beni e servizi territoriali per la loro trasformazione in valore sociale ed economico verrà raggiunta anche attraverso il supporto all’**avvio di nuove attività imprenditoriali**.

La Strategia risponde alla necessità di promuovere **nuove forme di turismo sostenibile**, attivo, responsabile ed esperienziale, che assicurino la tutela e la valorizzazione dell’ambiente e del territorio; inoltre, si propone di offrire soluzioni turistiche diversificate, incoraggiando le comunità e gli operatori a promuovere l’accoglienza di **nuove tipologie di visitatori** (es. nomadi digitali).

Le attività attraverso cui la Strategia intende raggiungere gli obiettivi sopracitati includono la **creazione di un organismo pubblico-privato** che promuova lo sviluppo economico locale attraverso un’efficace programmazione strategica e una gestione integrata e sostenibile del territorio.

Ulteriori attività previste nella Strategia riguardano: la **creazione di reti tra i vari settori** per garantire un’esperienza turistica più completa; la creazione di **percorsi di conoscenza ed esperienza** e il miglioramento degli spazi pubblici e privati; la promozione e commercializzazione del territorio, dei suoi prodotti e delle esperienze, attraverso l’attivazione di strategie di marketing innovative e integrate che mirino a **incrementare la visibilità**, far conoscere e sperimentare l’offerta della Destinazione anche nelle maggiori aree urbane; l’avviamento di nuove attività imprenditoriali; progetti di **cooperazione interterritoriale e transnazionale**; la formazione e lo **sviluppo di nuove competenze**.

La Strategia si basa su un **approccio integrato e partecipativo** finalizzato al **coinvolgimento della comunità locale** e degli **stakeholder** in tutte le sue fasi: dalla co-progettazione della stessa, passando per l’attuazione degli interventi sino al monitoraggio.

L’approccio partecipativo e **bottom-up** è stato scelto al fine di garantire che lo sviluppo rispecchi le esigenze e le aspirazioni locali, creando un senso di appartenenza e responsabilità condivisa tra gli abitanti. Questo orientamento è essenziale per assicurare una **crescita sostenibile e inclusiva**, massimizzando l’efficacia degli interventi.

L’innovatività della strategia è data dalla sua capacità di stimolare l’attivazione di un **processo generativo di dialogo e collaborazione tra attori pubblici e privati**, finalizzato ad ampliare l’offerta turistica sostenibile con lo sviluppo e il consolidamento di prodotti diversificati e la creazione di un efficace sistema di governance territoriale, nell’ottica di una **Destinazione turistica più attrattiva e competitiva**, sia sul mercato regionale che su quello internazionale.

Tempi di realizzazione della Strategia di Sviluppo Locale partecipativo
48 mesi

A.2. Descrizione del GAL Proponente

Denominazione del GAL Proponente	GAL DISTRETTO RURALE BARBAGIA MANDROLISAI GENNARGENTU
Forma giuridica	FONDAZIONE DI PARTECIPAZIONE

A.3. Esperienze del GAL

Competenze ed esperienze del GAL Proponente coerenti con la strategia

Il GAL ha maturato una importante esperienza nell'attuazione di progetti LEADER nel ciclo di programmazione 2007-2013, come GAL Distretto Rurale BMGS, e, nel corso della programmazione 2014-2022, come GAL BMG. Durante l'ultima programmazione il GAL ha affermato il suo ruolo di agenzia di sviluppo territoriale, con la definizione e attuazione della Strategia di Sviluppo Locale così come delineata dal Piano d'Azione e l'accompagnamento del territorio in numerosi interventi (riportati in dettaglio nel paragrafo A5). Il Piano d'Azione del GAL in riferimento alla programmazione 2014-2020 si strutturava inizialmente attorno a due ambiti tematici: **Turismo sostenibile** e **Sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali**. Successivamente, nel 2022, in risposta a esigenze del territorio emerse in seguito alla pandemia, il Piano d'Azione ha incluso un terzo obiettivo legato all'**Inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali**.

In correlazione con queste azioni, si riportano di seguito i progetti di sviluppo territoriale più significativi e coerenti con la SSL implementati o in fase di implementazione nella Programmazione 2014-2022:

- **Enportß (An integrated approach for developing sustainable tourism in rural areas)** mirato alla creazione e promozione di modelli ospitali e pacchetti turistici basati sui principi dello sviluppo sostenibile <https://www.GALbmg.it/risultati/>
- **OAST (Outdoor Activities for Sustainable Tourism)**, mirato a potenziare l'attrattività turistica delle aree coinvolte e, in particolare, delle sue acque interne, attraverso gli sport all'aria aperta e le attività acquatiche. Il partenariato internazionale è costituito dal GAL BMG (capofila), un GAL francese (GAL Sisteron-Buëch) ed un GAL irlandese (LAG Kilkenny)
- **I cammini dello spirito**, nato per dar vita in Sardegna ad una rete di **percorsi turistici a carattere spirituale e/o religioso**. Il partenariato regionale è costituito dal GAL Nuorese Baronia (capofila), il GAL BMG, il GAL Barbagia, il GAL Barigadu Guilcer, il GAL Logudoro-Goceano, il GAL Ogliastra ed il GAL Sarcidano Barbagia di Seulo
- **Sardegna il Cuore**, finanziato da Sardegna Ricerche e volto alla realizzazione di un piano per sviluppare il **turismo nella Sardegna interna**. Il partenariato è costituito dal GAL distretto rurale BMG, Barbagia Mandrolisai Gennargentu, ente capofila, il GAL Barigadu Guilcer, la Comunità Montana Sarcidano e Barbagia di Seulo, la Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai, l'Unione dei Comuni Barbagia, la Camera di Commercio di Nuoro, il Consorzio Universitario Nuorese, la Provincia del Sud Sardegna e la Provincia di Oristano

Il GAL ha, inoltre, ricoperto un ruolo nel coordinamento di progetti formativi complessi orientati alla creazione d'impresa e allo sviluppo economico e occupazionale del territorio, come:

- **PRO-GR.E.EN.S. - Progetto Green Economy Entroterra Sardegna**, coordinato dall'Ente di formazione Evolvere srl in partenariato con il GAL BMG e finanziato con risorse FSE 2014-2020 dell'Avviso Green&Blue Economy, percorso di accompagnamento alla creazione d'impresa e al lavoro autonomo
- **TRA.IN.IN.G. BMGS- TRASformare INnovare INsieme GAL BMGS**, coordinato da Evolvere srl in partenariato con il GAL BMG e finanziato con risorse FSE 2014-2020 dell'Avviso Green&Blue Economy, ha voluto rafforzare le competenze imprenditoriali e contribuire allo sviluppo economico e occupazionale del territorio del BMG

A.4. Analisi del contesto

Si riporta in questa sezione del documento l'analisi socio-economica del contesto territoriale, elaborata anche a partire dall'analisi delle Strategie di sviluppo locale in atto (vedi par. A 5). L'analisi si basa su dati qualitativi e quantitativi, derivanti da un lavoro desk di ricerca che ha preceduto l'analisi strategica SWOT, costruita durante il percorso partecipativo e basata sul contributo degli attori locali (vedi cap. 4).

L'area del GAL BMG ha 21.756 abitanti al 2023, l'1,4% della popolazione sarda, - 23% rispetto al 2002.

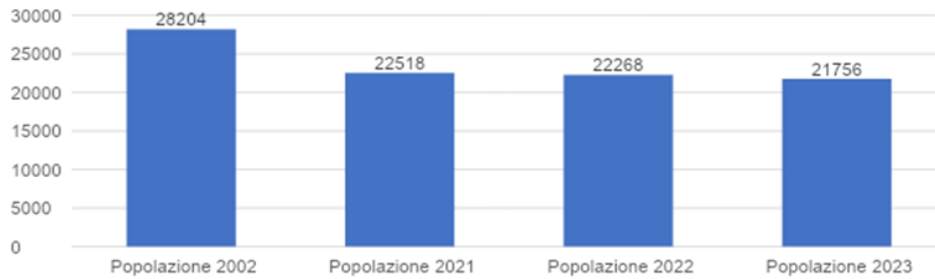


Grafico 1 – Andamento della popolazione nell'area GAL

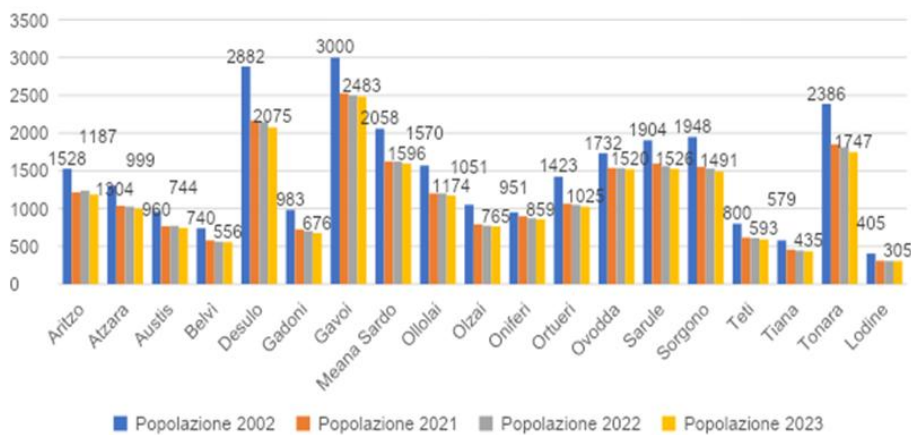


Grafico 2 – Andamento della popolazione

Gadoni è il comune che perde la percentuale maggiore di abitanti: il 31% nel periodo 2002-2023; Oniferi è quello che ne perde meno, il 10%. Nell'ultimo anno Aritzo, Austis, Gadoni e Tonara hanno perso il 4% dei residenti.



Grafico 3 – Tasso di variazione della popolazione

Tutti i comuni hanno registrato un saldo naturale negativo, pari a -316; il saldo migratorio è positivo in 4 comuni (Belvi e Tiana +1; Olzai, +5; Gavoi +7) e nullo a Lodine: tuttavia, il saldo migratorio complessivo risulta pari a -196. Il saldo totale è negativo in tutti i comuni ed è pari a -512 unità.

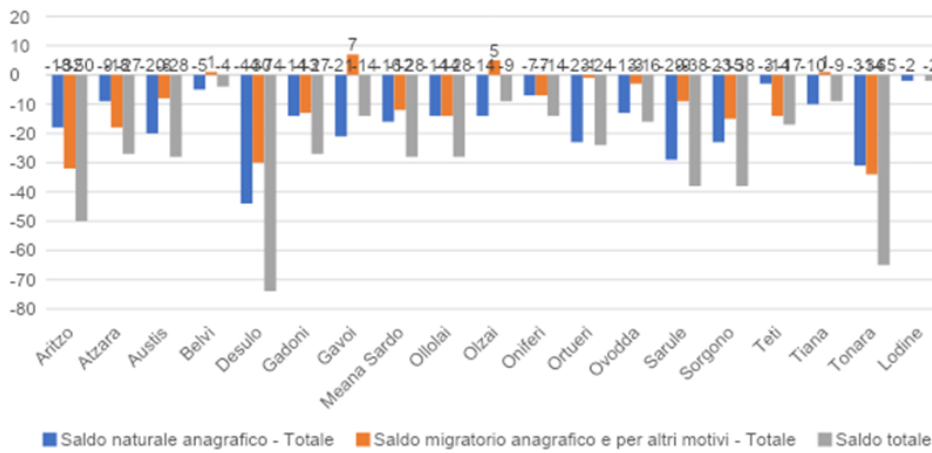


Grafico 4 – Bilancio demografico

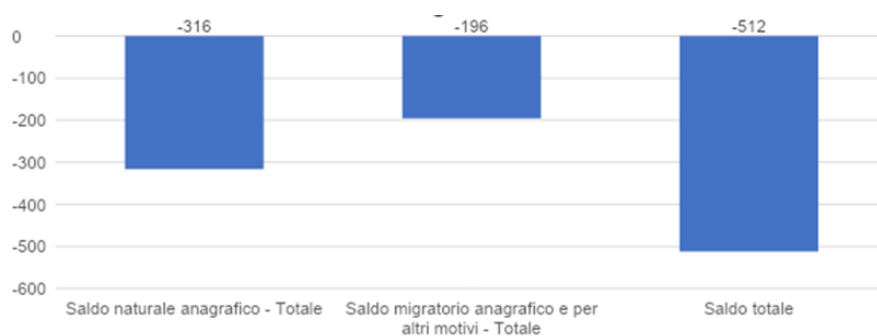


Grafico 5 – Bilancio demografico area GAL

Il 9% della popolazione ha tra i 0 e i 14 anni, due punti sotto il dato regionale; il 61% ha tra i 15 ed i 64 anni (-3% rispetto al dato regionale), il 30% ha oltre 65 anni (+5% rispetto alla media regionale).

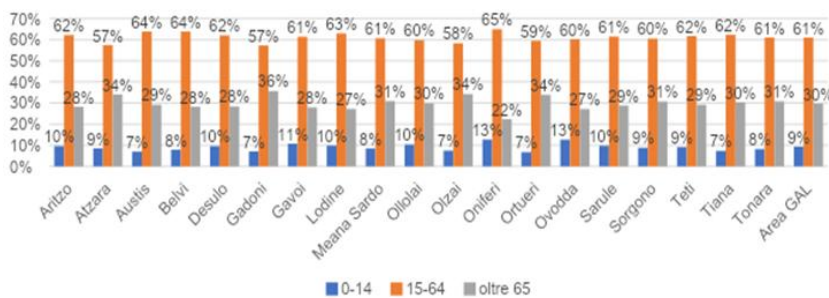


Grafico 6 – Popolazione per fasce d'età

Già nel 2002 tutti i comuni avevano un indice di vecchiaia superiore a 100, cioè più anziani over 65 superiore di giovani con meno di 15 anni. Nel 2023, l'indice è in notevole crescita per tutti i comuni e varia dal 160,5 di Oniferi, seguito dal 217,2 di Ovodda di Gavoi, al 467,64 di Ortueri, preceduto dal 409,1 di Tiana.

L'indice di dipendenza strutturale, che ci fa capire quanto pesano giovanissimi (0-14) e anziani (over 65) sulla popolazione attiva (15-64 anni), è superiore a 50 per tutti i comuni.

Dalle Dichiarazioni dei Redditi 2022 si evince che il reddito medio imponibile (15.075,58 €) è inferiore al dato medio regionale (18.597,61 €). Il comune con il reddito più elevato è Tonara (17.207,58 €), seguito da Sorgono (17.183,47 €), rispettivamente il 60° e 67° comune dell'Isola per reddito; il comune che registra il reddito imponibile inferiore è Ortueri (12.528,86 €), preceduto da Gadoni, Ollolai, Desulo e Sarule, con redditi inferiori ai 14 mila euro.

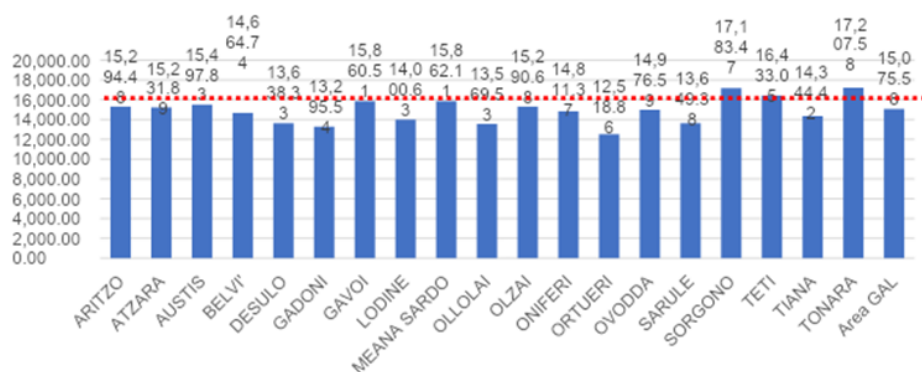


Grafico 7 – Reddito medio imponibile

In tutti i comuni, almeno metà dei contribuenti dichiara redditi nulli o inferiori a 15.000 € (ad Ortueri, il 72%).

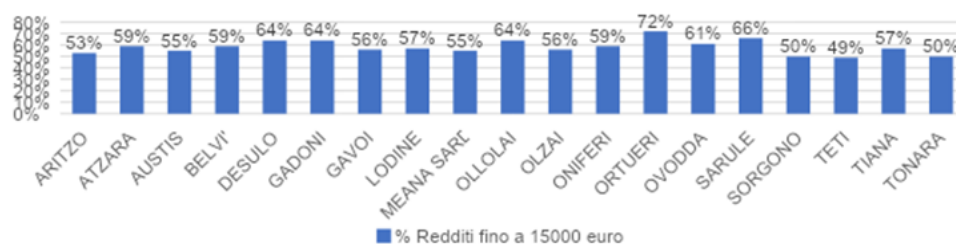


Grafico 8 – Percentuale di redditi fino a 15.000€

Il comune con la percentuale inferiore di reddito da lavoro dipendente è Gadoni (30%), preceduto da Atzara e Ortueri (38%) e Sarule (39%); il comune con la percentuale superiore è Oniferi col 52%, seguito da Lodine (50%).

Per quanto concerne i redditi da pensione, Oniferi è il comune con meno pensionati (37%), preceduto da Belvi (39%); le percentuali superiori si registrano a Gadoni (57%), Tiana (52%) e Olzai (50%).

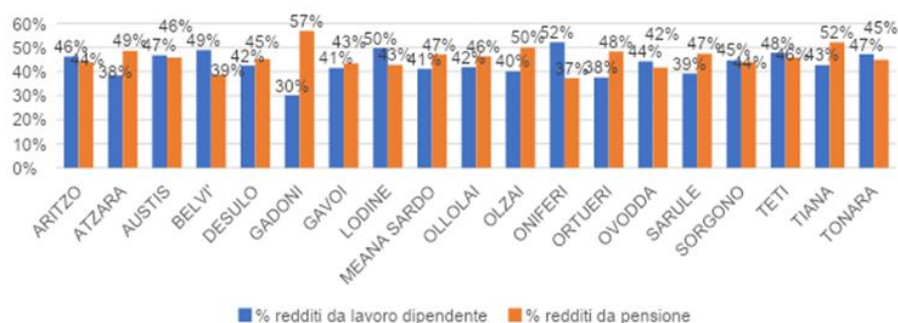


Grafico 9 – Analisi qualitativa dei redditi

Il 5% dei residenti è privo di titolo di studio (ISTAT 2021): il 6% ad Austis, Meana Sardo, Olzai e Ortueri, mentre a Lodine, Ovodda, Sorgono, Teti e Tiana sono il 3%. Tra questi, il 10% sono analfabeti (sotto il valore regionale del 12%), ma a Belvi, Ortueri e Tiana sono il 17%, mentre ad Ovodda e Sarule sono il 4% e il 5% a Gavoi. Il 19% dei residenti ha la sola licenza elementare, 4 punti percentuale superiore al dato medio regionale: a Sarule si registra il 23%, ad Aritzo il 14%. Il 40% dei residenti, +5% rispetto al dato regionale, hanno solo la licenza di scuola media o avviamento professionale: sono il 37% a Desulo, Gavoi e Tonara, raggiungono il 53% a Tiana, il 45% ad Austis e Lodine, il 44% a Belvi.

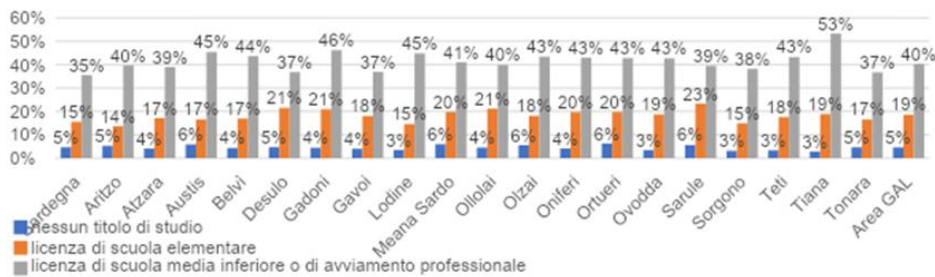


Grafico 10 – Popolazione per titolo di studio – basso livello di istruzione

I diplomati nell'area sono il 27%, 3 punti percentuale sotto il dato regionale: sono il 22% ad Austis e Sarule, mentre sono il 32% ad Aritzo e il 31% a Sorgono e Tonara.

Solamente il 3% della popolazione ha un titolo post diploma: a Sorgono si registra una percentuale doppia rispetto alla media del GAL. Ad avere titoli terziari sono il 6% dei residenti, 4 punti sotto la media regionale: Gadoni, Oniferi e Tiana si fermano al 4%, mentre Atzara e Gavoi arrivano all'8%. Ad Atzara, ben il 7% di coloro che hanno un titolo di studio elevato ha un dottorato di ricerca (+3% sul livello regionale e +2% sul GAL); in cinque comuni non vi sono residenti con un dottorato (Belvi, Gadoni, Lodine, Oniferi e Tiana). Le scuole secondarie superiori sono presenti nei comuni di Aritzo, Gavoi, Desulo, Sorgono e Tonara.



Grafico 11 – Popolazione per titolo di studio – alto livello di istruzione

Il 49% dei residenti nell'area del GAL (-2% rispetto al dato regionale) è parte delle forze di lavoro: l'80% sono occupati. Il 51% dei residenti non fa parte delle forze di lavoro, di questi il 51% ha un reddito da pensione, il 16% studia, il 15% si occupa della casa e il 15% è in altra condizione.

Le non forze di lavoro sono più diffuse a Teti (59%), Ollolai (60%) ed Olzai (61%), mentre hanno percentuali inferiori a Oniferi (47%), Aritzo, Belvi, Meana Sardo (48%).

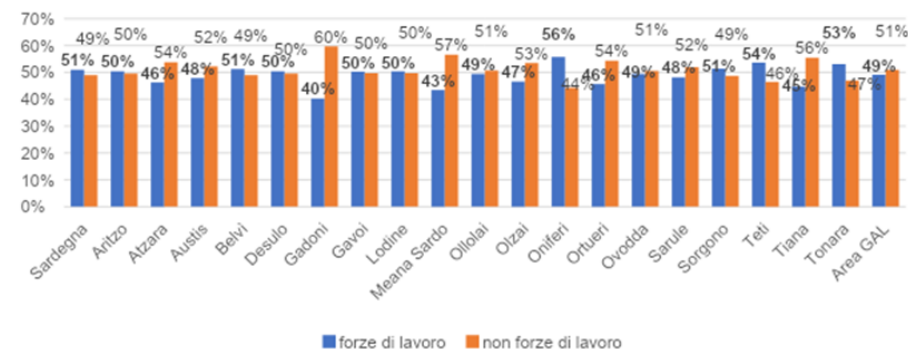


Grafico 12 – Popolazione per status occupazionale

Solo il 59% delle abitazioni sono occupate (il 70% a livello regionale), con notevoli differenze tra i comuni: a Lodine sono occupate il 97% delle abitazioni, mentre ad Ortueri il 47% e ad Aritzo il 48%. Hanno tra il 50 ed il 60% di abitazioni occupate, i comuni di

Atzara, Belvì, Desulo, Gadoni, Meana Sardo, Olzai, Sorgono, Tiana e Tonara; tra il 61% ed il 70% di abitazioni occupate risultano i comuni di Austis, Gavoi, Ollolai, Teti; oltre il 70% di abitazioni occupate si registrano a Oniferi, Ovodda e Sarule.

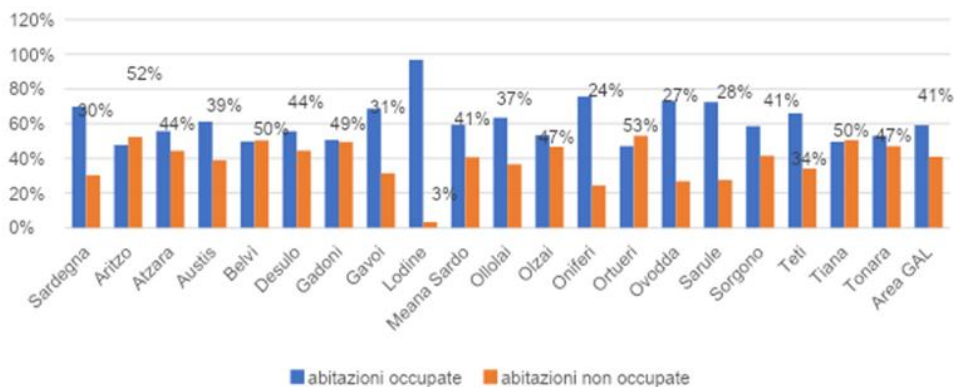


Grafico 13 – Abitazioni

Nell'area del GAL sono presenti 13 strutture alberghiere per un totale di 636 posti letto (ISTAT, 2022), pari al 4% del totale regionale. Aritzo, Gavoi e Tonara hanno 3 strutture a testa; a Belvì, Desulo, Ortueri, Sorgono si trova una struttura. Gavoi è il comune col maggior numero di posti letto. Sono presenti 72 strutture ricettive extralberghiere con 19.534 posti letto, il 4% del dato regionale. Sono presenti 26 agriturismi per un totale di 325 posti letto distribuiti su 15 comuni: a Gavoi e Tonara se ne registrano 3 e a Teti 4. Sono presenti 34 bed&breakfast con 159 posti letto distribuiti su 13 comuni: 8 strutture si trovano a Sorgono, 5 a Ollolai e 3 ad Aritzo. Complessivamente, il comune in cui si trova il numero maggiore di strutture extralberghiere è Sorgono (13), seguito da Gavoi (7), Aritzo, Ollolai, Tonara (6).

Per quanto riguarda arrivi e presenze, Sardegna Statistiche riporta i dati solo per Aritzo, Gavoi e Tonara.

Nel 2022 si registrano ad Aritzo 916 arrivi di turisti italiani e 838 di turisti stranieri per un totale di 1754 arrivi e 3690 presenze; a Gavoi si registrano 613 arrivi di italiani e 77 di stranieri per un totale di 690 arrivi e 1053 presenze; a Tonara vi sono stati 616 arrivi di italiani e 183 stranieri, per un totale di 799 arrivi e 1093 presenze. Il 62% degli arrivi a Tonara ha soggiornato presso strutture alberghiere.

Nel secondo trimestre del 2023, sono registrate nell'area del GAL 3.309 imprese, di cui attive 3.127, per 3.849 addetti. Il 46% delle imprese opera nel settore agricolo, il 19% nel commercio; l'8% nelle attività manifatturiere; il 6% nei servizi di alloggio e di ristorazione; il 2% nel settore trasporti e magazzinaggio e altrettante nel settore dei servizi legati ai viaggi (agenzie di viaggi, noleggio ecc.) e negli altri servizi. Tutti gli altri settori hanno un peso percentuale pari o inferiore all'1%.

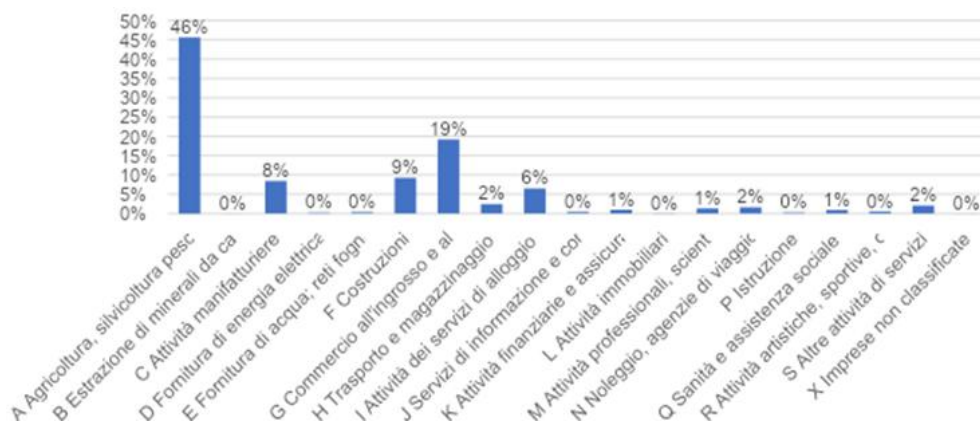


Grafico 14 – Distribuzione imprese per settore

Il 13% delle imprese attive è a Gavoi, l'11% a Desulo, l'8% a Sarule, il 7% a Tonara, il 6% Meana Sardo e il 5% a Ollolai; il 4% ad Aritzo ed ad Atzara, il 3% ad Austis ed Olzai.

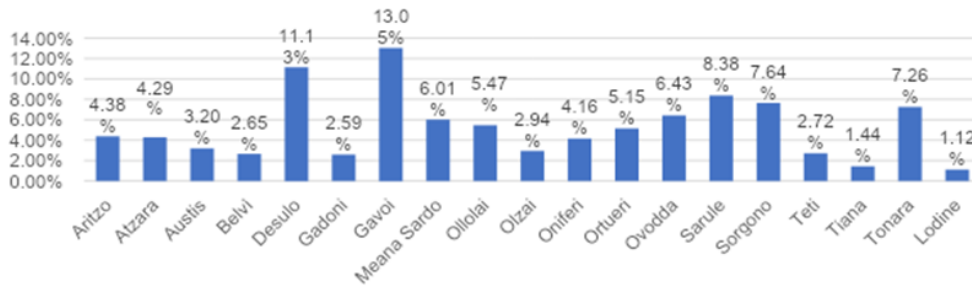


Grafico 15 – Distribuzione imprese per comune

Il 23% delle imprese si occupa di allevamento di ovini e caprini e il 5% di bovini e bufalini; il 4% opera nelle costruzioni, il 3,81% si dedica alla coltivazione di uva e il 3,49% sono bar ed esercizi simili, il 2,91% sono coltivazioni miste, il 2,46% si dedica al commercio, il 2,11% alla produzione di pane e pasticceria freschi, l'1,89% sono aziende di ristorazione e l'1,54% si occupa di manutenzione e riparazione di autoveicoli.

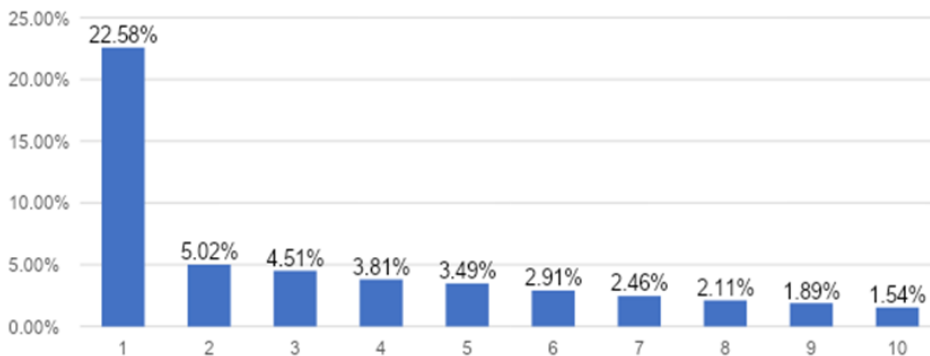


Grafico 15 – Tipologie di attività più diffuse

Rispetto al 2013, vi sono 179 imprese attive in più, +6%, in particolare nel settore di fornitura di energia elettrica, gas, vapore (+100%), nelle attività professionali, scientifiche e tecniche (+52%), sanità ed assistenza sociale (27%), attività immobiliari (+50%), fornitura di acqua, reti fognarie ecc. (+25%), agricoltura, silvicoltura e pesca (+20%), istruzione (+17%), altre attività di servizi (+8%), attività artistiche, sportive ecc. (+7%), attività dei servizi di alloggio e ristorazione (+1%). Calano gli altri settori.



Grafico 16 – Variazione consistenza imprese 2013 – il semestre 2023

A.5. Demarcazione, complementarità e sinergia tra il PR FEASR e il PR FSE+

Nella definizione della nuova SSL, con l'obiettivo di dare continuità agli interventi e assicurare sostenibilità al percorso di valorizzazione e potenziamento del territorio, sono state analizzate le strategie, gli strumenti e gli interventi in atto per lo sviluppo del territorio del GAL BMG, con particolare attenzione ai partenariati pubblico-privati.

La geografia delle strategie riguarda il territorio di tutti i comuni aderenti al GAL, ma spesso coinvolge comuni limitrofi o appartenenti al contesto regionale, definendo un complesso di cooperazione e sinergia su scala sub-regionale.

Oltre agli interventi del piano d'azione del GAL (descritti in dettaglio al paragrafo A3), si riportano a seguire alcune delle strategie in attuazione sul territorio.

Il territorio è interessato in due aree dalla Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI).

La prima area SNAI istituita è l'area interna **"Gennargentu Mandrolisai - Una vita di qualità nel cuore della Sardegna"**, il cui ambito territoriale corrisponde a quello della Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai. Nel 2024 il GAL BMG supporterà la Comunità Montana nell'attuazione di 3 interventi, dedicati a filiere e produzioni locali, inclusione sociale e turismo sostenibile; tra questi, l'intervento legato al turismo sostenibile è in sinergia con altre strategie di sviluppo. L'intervento punta, infatti, alla creazione di un Club di Prodotto del territorio dell'Area Gennargentu-Mandrolisai, con l'obiettivo di strutturare l'offerta turistica territoriale, favorendone l'integrazione con il sistema delle filiere economiche e l'apertura ai mercati internazionali.

Nel 2023 è stata selezionata una seconda area SNAI, l'area interna **"Barbagia"**, corrispondente all'Unione dei Comuni della Barbagia e alla Comunità Montana del Nuorese, Gennargentu, Supramonte Barbagia e la cui strategia è in via di definizione.

Il GAL BMG ha stipulato con il Centro Regionale di Programmazione due convenzioni per il supporto alla realizzazione di entrambi i progetti SNAI.

Sono presenti anche alcuni distretti rurali, la cui strategia è orientata allo sviluppo del settore agricolo, dell'agrifood e dell'agroindustria. Sul territorio sono attivi 3 distretti rurali: **Biodistretto Sardegna Bio, Distretto rurale Barbagia e Distretto Agroalimentare di qualità "Le eccellenze agroalimentari e zootecniche dei parchi naturali della Sardegna"**. È in via di costituzione il **Distretto rurale montano del Gennargentu**.

Infine, è attivo l'intervento **"Sardegna - Il Cuore - Ultima roccaforte dell'anima più antica e più autentica dell'isola"**, che rientra nella strategia **S3**, nell'ambito della Area di Specializzazione Turismo, Cultura e Ambiente e ha l'obiettivo di rafforzare la competitività del sistema turistico attraverso l'innovazione tecnologica, la creazione di brand ed il rafforzamento di una *governance* partecipata. Il capofila del progetto è il GAL BMG e il partenariato è un'aggregazione interterritoriale. Il progetto genera partnership tra operatori pubblici e privati, per valorizzare le aree interne e creare un'offerta turistica organizzata. Il progetto di pianificazione strategica delle destinazioni turistiche ha preso avvio nel 2023 e prevede la sua conclusione durante il primo semestre del 2024.

In questa visione, il **PR FEASR** si inserisce rispondendo a specifiche necessità di sviluppo del territorio. Il **PR FSE+**, invece, svolge un ruolo di coesione con più programmi operativi, basandosi sui fabbisogni formativi rilevati sul territorio e contribuendo al raggiungimento degli obiettivi non solo della strategia SSL PR FEASR, ma anche della strategia SNAI.

L'individuazione delle attività finanziabili con i fondi del FSE+ ha posto particolare attenzione nel **rispondere ai fabbisogni specifici presenti nel territorio**, individuati durante il percorso partecipativo. La programmazione FSE+ Sardegna 2021-27 prevede nell'ambito dei programmi e degli interventi relativi alle priorità 1 Occupazione e priorità 4 Occupazione Giovanile, la realizzazione di interventi formativi finalizzati allo **sviluppo di competenze e figure professionali** di interesse regionali, e quest'ampia offerta formativa andrà a incidere e avrà una ricaduta anche sulla popolazione residente nel territorio GAL BMG.

La Strategia di Sviluppo Locale assegna alle attività a valere sul PR FSE+, inserite negli interventi funzionali al conseguimento dei risultati previsti per l'Obiettivo specifico a) ESO4.1. **Migliorare l'accesso all'occupazione e le misure di attivazione per tutte le persone in cerca di lavoro, in particolare i giovani, soprattutto attraverso l'attuazione della garanzia per i giovani, i disoccupati di lungo periodo e i gruppi svantaggiati nel mercato del lavoro, nonché delle persone inattive, anche mediante la promozione del lavoro autonomo e dell'economia sociale**, un duplice ruolo:

- rafforzare le competenze dei target dei destinatari previsti per le diverse attività, al fine di contribuire al miglioramento delle opportunità occupazionali nel territorio GAL BMG, sia rispondendo alle più vicine esigenze di sviluppo delle comunità locali, sia contribuendo a conseguire i risultati previsti nelle Aree di Specializzazione della Strategia di Specializzazione Intelligente della Regione Sardegna (S³) individuate per le diverse attività, e in particolare per l'AdS Turismo, cultura e ambiente, tematiche centrali nella strategia definita dal GAL;
- creare delle sinergie con le azioni previste nell'ambito FEASR, accompagnando l'attuazione delle azioni ordinarie, delle azioni specifiche e delle azioni di cooperazione con l'incremento delle conoscenze e il rafforzamento delle competenze delle persone e delle imprese coinvolte, sia attraverso attività trasversali (es. formazione linguistica), sia attraverso azioni più specifiche (es. creazione di impresa, manager di rete, ecc.).

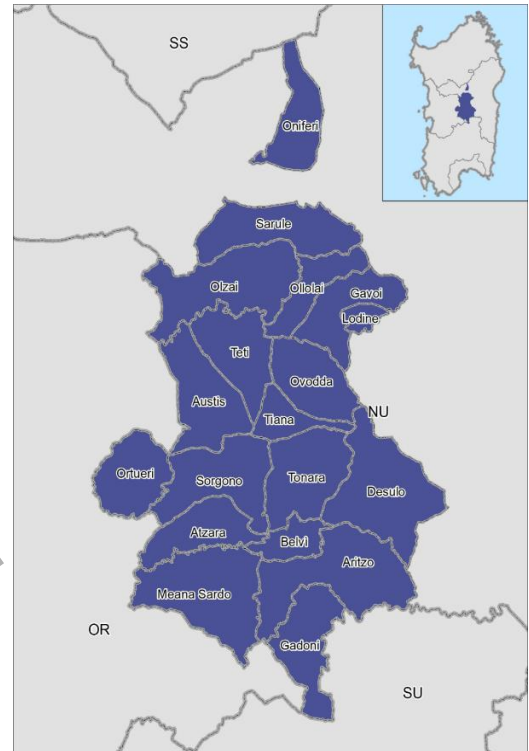
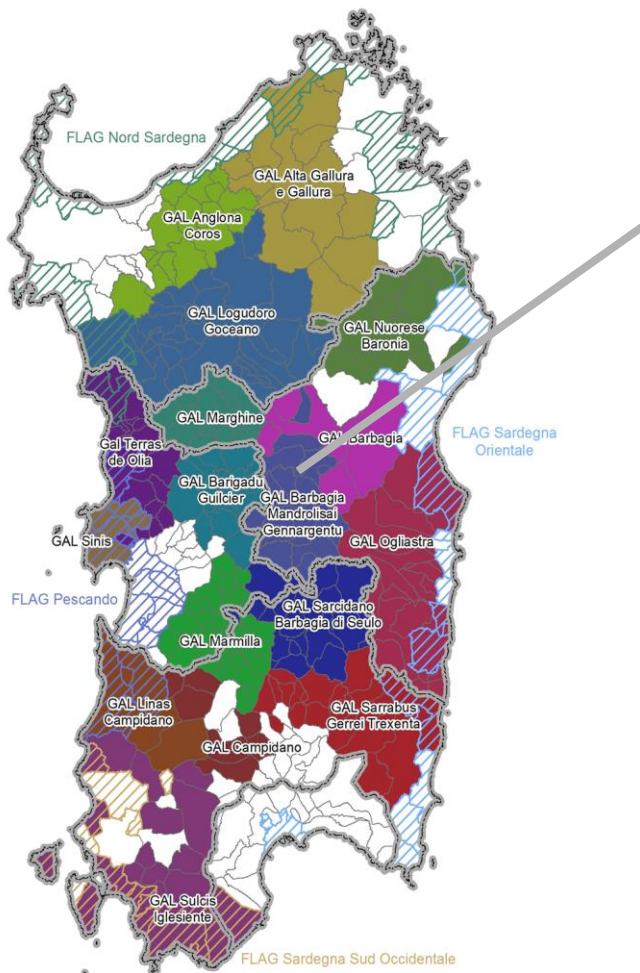
PARTE B – Sezione FEASR

B.1. Delimitazione territoriale dell'area GAL

Rappresentazione cartografica dell'area GAL

L'area del **GAL Barbagia, Mandrolisai, Gennargentu** comprende **19 comuni** del Centro orientale della Sardegna: Aritzo, Atzara, Austis, Belvì, Desulo, Gadoni, Gavoi, Lodine, Meana Sardo, Ollolai, Oniferi, Olzai, Ortueri, Ovodda, Sarule, Sorgono, Teti, Tiana, Tonara. Il territorio del GAL è costituito inoltre dalla **Unione dei Comuni Barbagia** e dalla **Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai**.

Non è stata evidenziata la richiesta di inclusione nell'area da parte di ulteriori comuni limitrofi che appartengono ad altri GAL confinanti: GAL Barbagia, GAL Ogliastro, GAL Sarcidano Barbagia di Seulo, GAL Barigadu Guilcier. Con i GAL confinanti sono attivi progetti di cooperazione interterritoriale.



Classificazione dei Comuni interessati dalla SSL

Comune	Classificazione CSR Sardegna (C, D)	Socio del GAL nella programmazione 2014-22 (SI/NO) In caso negativo indicare l'Unione dei Comuni di appartenenza	Superficie in km2	Popolazione residente
Aritzo	D	SI	75,58	1187
Atzara	D	SI	35,92	999
Austis	D	SI	50,81	744
Belvi	D	SI	18,10	556
Desulo	D	SI	74,50	2075
Gadoni	D	SI	43,44	676
Gavoi	D	SI	38,06	2483
Meana Sardo	D	SI	73,80	1596
Ollolai	D	SI	27,24	1174
Olzai	D	SI	69,82	765
Oniferi	D	SI	37,67	859
Ortueri	D	SI	38,83	1025
Ovodda	D	SI	40,85	1520
Sarule	D	SI	52,72	1526
Sorgono	D	SI	56,05	1491
Teti	D	SI	43,80	593
Tiana	D	SI	19,32	435
Tonara	D	SI	52,02	1747
Lodine	D	SI	7,70	305

B.2. Descrizione del Piano del Percorso partecipativo

Il GAL BMG ha realizzato, con il supporto tecnico della società Poliste srl Società Benefit, il **percorso partecipativo *Intrecciamo le idee per dare forma al futuro***, orientato al coinvolgimento degli **stakeholder** nella definizione della Strategia di Sviluppo Locale. Il percorso di **coinvolgimento del partenariato locale**, realizzato tra i mesi di ottobre e dicembre 2023, è stato strutturato in **9 incontri**, di cui 7 di progettazione partecipata e 2 incontri tecnici realizzati con l'Assemblea dei sindaci dei comuni del GAL.

Il percorso, rivolto a istituzioni, imprese, terzo settore, associazioni, cittadini, ha avuto l'obiettivo di mettere al centro il territorio, rendendolo protagonista delle scelte di sviluppo per i prossimi anni, a partire dall'individuazione degli ambiti tematici su cui incentrare la nuova strategia di sviluppo sino a definire insieme azioni, interventi e allocazione delle risorse dedicate. Il percorso ha consentito di costruire, attraverso differenti tappe e insieme alle comunità locali, la struttura e il cuore della nuova Strategia.

Si riporta a seguire la descrizione delle differenti fasi di lavoro.

Coinvolgimento del partenariato locale: gli incontri tecnici

Il percorso ha preso avvio con un incontro tecnico con il partenariato strategico locale e l'Assemblea dei sindaci, in cui sono stati definiti indirizzo strategico del percorso, tempistiche, modalità e obiettivi dello stesso.

In itinere sono state costantemente realizzate azioni di aggiornamento e confronto per condividere lo stato dell'arte e gli step successivi. Al termine del percorso è stato realizzato un incontro di restituzione dei risultati emersi dagli incontri di progettazione partecipata.

1. Incontro di avvio con l'Assemblea dei sindaci, 20 ottobre 2023, Piattaforma Zoom

15 partecipanti

Durante l'incontro è stato presentato il percorso, la progettazione di ciascun incontro futuro, obiettivi e target specifici, modalità di gestione. A questo riguardo è stata presa la decisione condivisa di gestire gli incontri sia in presenza nei Comuni del GAL che da remoto in videoconferenza, al fine di ampliare la partecipazione e garantire un'ottimizzazione dei tempi, dei metodi di lavoro e dei risultati.

2. Incontro di restituzione con l'Assemblea dei sindaci e il partenariato strategico locale, 1 dicembre 2023, Piattaforma Zoom

15 partecipanti

Nel penultimo appuntamento del percorso partecipativo sono stati presentati i risultati emersi dai workshop di progettazione partecipata: i dati in termini di partecipazione al percorso, tipologia di stakeholder, risultati dell'analisi strategica del contesto, ambiti tematici e azioni ritenuti prioritari per lo sviluppo del territorio.

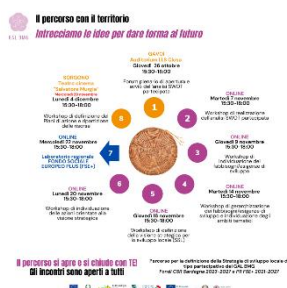
Coinvolgimento del partenariato locale: gli incontri di progettazione partecipata

Il percorso ha previsto la realizzazione di 7 workshop di progettazione partecipata a cui hanno preso parte oltre 100 partecipanti, tra referenti di enti pubblici, imprese, servizi e comunità locale per un totale di 277 presenze. L'utilizzo delle tecniche partecipative specialistiche di seguito presentate e il coinvolgimento degli attori locali hanno consentito il raggiungimento di due tipologie di obiettivi: di relazione e di prodotto.

Gli elementi guida che hanno caratterizzato il Piano del percorso partecipativo sono:

- l'approccio partecipativo, orientato all'inclusione e all'ascolto di esigenze e punti di vista differenti, che è stato strutturato nel percorso di progettazione partecipata con l'utilizzo di metodologie certificate, tra cui il Metaplan®;
- il coinvolgimento attivo degli attori locali, delle competenze e delle esperienze che hanno consentito lo svolgimento di workshop che sono stati reali occasioni di confronto, ascolto, apprendimento tra pari e co-progettazione;
- le attività di informazione e comunicazione per massimizzare la promozione degli eventi e la diffusione dei risultati raggiunti durante gli incontri di lavoro;
- l'orientamento al risultato e la concretezza degli output di ogni workshop, che costituiscono i contenuti inseriti nelle apposite sezioni del presente format.

Tutte le fasi di lavoro, dall'analisi di contesto, alla definizione delle esigenze di sviluppo, della strategia e del piano di azione sono state realizzate con l'utilizzo di tecniche partecipative specialistiche, di seguito illustrate.



Metaplan®

I workshop sono stati gestiti con la metodologia **Metaplan®**, tecnica utilizzata per la gestione dei processi di comunicazione nei gruppi di lavoro, basata sull'alternanza di momenti strutturati di lavoro individuale, di gruppo e in plenaria. Consente di gestire una discussione, raccogliendo, selezionando e omogeneizzando i contenuti espressi dai partecipanti, utilizzando come supporto le tecniche di visualizzazione. L'obiettivo è evidenziare i punti di vista di un gruppo di individui su un determinato tema, per arrivare ad un'analisi che consideri le affermazioni di tutti e mantenga la ricchezza delle proposte individuali, portando il gruppo verso un risultato operativo. Poliste srl Società Benefit è Official Representative for Italy del marchio Metaplan®, i facilitatori senior proposti sono abilitati dal Gruppo multinazionale Metaplan GmbH.



La metodologia ha permesso di:

- Pianificare il contenuto delle discussioni, per concentrare lo sforzo su obiettivi ben configurati e noti in anticipo;
- Visualizzare lo svolgimento delle discussioni, per far sì che ciò che via via è stato acquisito venisse fissato, e il discorso potesse procedere verso gli altri punti in esame;
- Sviluppare il report durante la discussione, ed in modo aperto e collaborativo, affinché ciascuno dei partecipanti all'incontro avesse piena comprensione e condivisione su quanto discusso, e potesse quindi essere responsabile dell'attuazione delle decisioni prese.

I workshop on line condotti con Metaplan® hanno garantito un'interazione strutturata e il focus sugli obiettivi, una tecnologia di alto livello che unisce sistemi di web-conferencing e di e-moderation, come Visio, che hanno permesso di creare uno spazio virtuale in cui i contenuti della discussione provenienti direttamente dai partecipanti sono stati visualizzati, organizzati nello spazio in base alla logica del discorso, conservati per dare struttura al ragionamento e alle decisioni future.

Mentimeter

Durante i workshop i partecipanti, con il semplice utilizzo dei propri device, hanno potuto contribuire ai lavori attraverso **Mentimeter**, un software di supporto per l'interazione digitale, utile a creare semplici survey o potenti instant poll, attraverso cui sono state presentate una serie di domande a cui i partecipanti hanno risposto in tempo reale. Il software ha consentito di misurare efficacemente e in tempi ristretti il consenso esistente intorno ai temi proposti; i risultati elaborati in formato grafico, sono stati video proiettati a schermo un istante dopo, fornendo ulteriori spunti per approfondire la discussione.



I workshop da remoto sono stati realizzati nella piattaforma di videoconferenza **Zoom®**, che ha garantito un alto livello di interazione tra i partecipanti attraverso l'uso della chat per lo scambio di idee e di contributi utili alla discussione. Zoom ha consentito, inoltre, **l'ampliamento della partecipazione e del coinvolgimento** e, sul piano della sostenibilità, dall'abbattimento dell'impatto della mobilità dei partecipanti.

Un'altra tecnica partecipativa specialistica utilizzata per l'analisi strategica è la **SWOT** (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), attraverso cui è stato possibile individuare **punti di forza e di debolezza, per far emergere gli aspetti positivi da rafforzare ulteriormente in futuro e gli elementi critici da superare**. Nell'analisi SWOT si distinguono fattori **endogeni ed esogeni**: la terminologia consueta distingue i fattori endogeni tra punti di forza e punti di debolezza e quelli esogeni tra opportunità e minacce.

Di seguito si riporta una breve descrizione di ogni workshop realizzato.

1° WS – Forum plenario di apertura e avvio dell'analisi SWOT partecipata 26 ottobre 2023, Gavoi - 31 partecipanti

L'incontro di avvio è stato aperto con i saluti istituzionali, la presentazione dell'Avviso congiunto per la selezione delle Strategie di Sviluppo Locale e la presentazione del percorso di progettazione partecipata *Intrecciamo le idee per dare forma al futuro*. Nella sessione di lavoro successiva è stata presentata l'analisi delle Strategie, degli strumenti e dei partenariati attualmente attivi nel territorio del GAL ed è stata avviata l'analisi SWOT del contesto territoriale: punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce relativi agli ambiti di intervento FEASR, elementi centrali del territorio da cui si è partiti per la successiva rilevazione di fabbisogni e l'individuazione delle azioni chiave della Strategia.



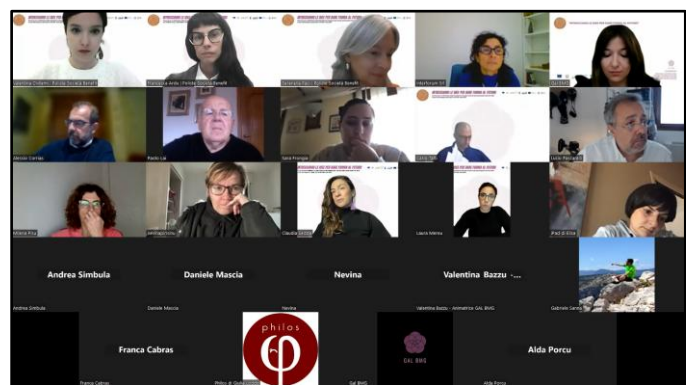
2° WS – Realizzazione dell'analisi SWOT partecipata 7 novembre 2023, Piattaforma Zoom - 41 partecipanti

L'incontro ha preso avvio con una breve introduzione sull'Avviso congiunto e sul percorso di progettazione partecipata; a seguire è stata ri-presentata l'analisi delle Strategie, degli strumenti e dei partenariati attivi nel territorio del GAL e sono proseguiti i lavori dedicati all'analisi SWOT partecipata, avviata durante il 1° incontro. Sono stati discussi e integrati i punti di forza, di debolezza, le opportunità e le minacce relativi a tre dei quattro diversi ambiti tematici di intervento.



3° WS – Individuazione dei fabbisogni - esigenze di sviluppo 9 novembre 2023, Piattaforma Zoom - 39 partecipanti

L'incontro è stato dedicato all'individuazione dei fabbisogni o esigenze di sviluppo del territorio; dopo una breve restituzione dell'analisi SWOT si è proseguito con l'integrazione della stessa relativamente al quarto ambito tematico. A seguire, a partire dalla votazione dei fabbisogni nazionali proposti dal Piano Strategico della PAC, sono state individuate le esigenze di sviluppo specifiche territoriali.



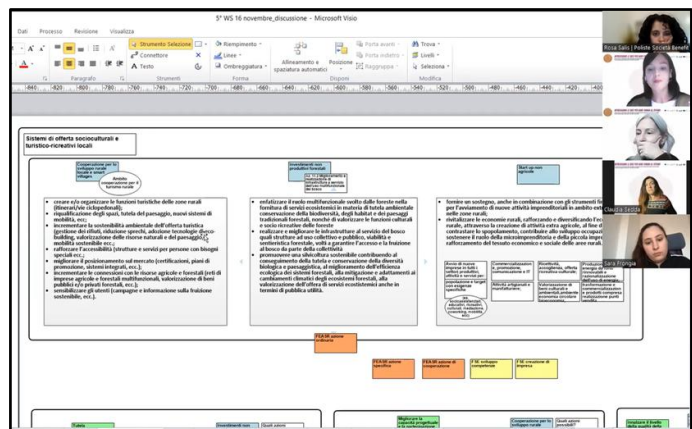
4° WS – Gerarchizzazione dei fabbisogni - esigenze di sviluppo e individuazione degli ambiti tematici 14 novembre 2023, Piattaforma Zoom - 31 partecipanti

L'incontro ha preso avvio con la presentazione dell'analisi SWOT; a seguire è stata aperta la discussione sulle esigenze di sviluppo specifiche territoriali ripercorrendo i fabbisogni emersi e intersecandoli con le criticità rilevate in fase di analisi SWOT. A conclusione della sessione sono stati analizzati i fabbisogni dell'ambito «servizi, beni, spazi collettivi e inclusivi», non ancora trattato nei precedenti appuntamenti del percorso.



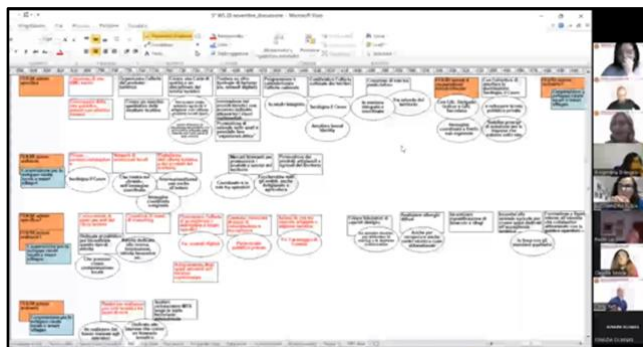
5° WS – Definizione della visione strategica per lo sviluppo locale (SSL) 16 novembre 2023, Piattaforma Zoom - 36 partecipanti

L'incontro ha preso avvio con la presentazione degli interventi e le operazioni possibili previste dall'Avviso pubblico, in relazione ad ogni ambito tematico. È stata poi aperta la discussione sugli ambiti di intervento ritenuti prioritari dai partecipanti che hanno espresso l'interesse a investire nell'ambito tematico *sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativo locali*, ma hanno evidenziato altresì l'esigenza di garantire una risposta ai fabbisogni emersi anche in relazione agli altri ambiti tematici. Infine, i partecipanti hanno messo in luce le azioni strategiche desiderabili e attraverso la discussione partecipata si è cercato di trovare una coerenza tra i desiderata espressi e gli interventi possibili previsti dall'Avviso in prima analisi dell'ambito sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativo locali.



6° WS - Individuazione delle azioni orientate alla visione strategica 20 novembre 2023, Piattaforma Zoom - 30 partecipanti

L'incontro è stato dedicato all'integrazione delle azioni strategiche dell'ambito «sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativo locali», in ottica di composizione condivisa della Strategia di Sviluppo Locale; è stata poi aperta la discussione sulle possibili azioni in relazione agli altri tre ambiti di intervento, in coerenza con i fabbisogni emersi in precedenza e nel rispetto degli interventi previsti dall'Avviso.



7° WS - Definizione del Piano di azione e ripartizione delle risorse 4 dicembre 2023, Sorgono - 39 partecipanti

Durante l'incontro sono stati presentati i risultati del percorso partecipativo e dei precedenti incontri; è stata effettuata una restituzione dell'analisi SWOT, dei fabbisogni del territorio, degli ambiti di intervento e delle azioni individuate come prioritarie per il territorio. È stato inoltre presentato il piano finanziario di massima della Strategia.



B.2.1. Fasi del Percorso partecipativo

Il percorso di progettazione partecipata è stato strutturato in 9 differenti workshop. Tutte le fasi di lavoro, dall'analisi di contesto, alla definizione delle esigenze di sviluppo, della strategia e del piano di azione sono state realizzate con l'utilizzo di **tecniche partecipative specialistiche**, come illustrato nella tabella.

La società Poliste srl Società Benefit, che ha facilitato il processo, è **Official Representative for Italy** della multinazionale della consulenza Metaplan GmbH (www.metaplan.com), ideatore della metodologia e proprietario del marchio registrato **Metaplan®**. I facilitatori impegnati nel percorso sono certificati all'utilizzo della metodologia **Metaplan®**.

FASI DELLA PROGRAMMAZIONE	Numero incontri pubblici svolti con il partenariato locale	Utilizzo di tecniche partecipative specialistiche (indicare quali)	Presenze totali
1. Analisi del contesto e di individuazione dei fabbisogni			
1a. Analisi SWOT (individuazione di punti di forza e debolezza, opportunità e minacce)	2	Metaplan® Visio Mentimeter	72
1b. Individuazione, condivisione e gerarchizzazione dei fabbisogni	2	Metaplan® Visio Mentimeter	70
2. Strategia e Piano di Azione			
2a. Definizione della strategia	3	Metaplan® Visio Mentimeter	66
2b. Individuazione delle azioni o interventi	1	Metaplan® Visio Mentimeter	30
2c. Piano finanziario con ripartizione delle risorse tra le linee di intervento/azione	1	Metaplan® Visio Mentimeter	39

B.3. Descrizione del partenariato GAL

Nel seguente prospetto di sintesi è illustrata la **composizione del partenariato del GAL**, con le categorie di soggetti intervenuti nel percorso partecipativo, inclusi i soci aderenti al GAL. Si evince come la partecipazione ai workshop sia stata inclusiva e abbia interessato una vasta e differenziata platea di stakeholder.

Soggetti privati	N° Partner presenti agli incontri del PP	di cui: n° soci presenti agli incontri del PP	Soggetti pubblici	N° Partner presenti agli incontri del PP	di cui: n° soci presenti agli incontri del PP
☐ Agricoltura	15	1	☐ Comuni	18	18
☐ Artigianato	6	4	☐ Unioni di Comuni	1	1
☐ Commercio	4	1	☐ Province	0	0
☐ Edilizia	0	0	☐ Camere di commercio	0	0
☐ Industria	0	0	☐ Università	1	0
☐ Turismo	16	4	☐ Comunità montane	0	0
☐ Attività professionali	13	0	☐ Parchi e aree protette	0	0
☐ Terzo settore	9	4	☐ Scuole	0	0
☐ Società civile	21	10	☐ Altri enti pubblici	13	1
☐ Servizi	1	0			
TOTALE	85	24		33	20

B.4. Principali risultanze dell'analisi di contesto e dell'analisi SWOT

L'analisi strategica SWOT del contesto territoriale dei 19 comuni del GAL è stata elaborata con il coinvolgimento del partenariato locale durante due differenti workshop che hanno permesso di approfondire l'analisi qualitativa con le percezioni degli attori locali, fondamentali perché basate su una profonda conoscenza e un vissuto di esperienza del contesto territoriale.

Allo stesso tempo l'analisi si basa sulle risultanze di indagini precedenti e sull'attualizzazione realizzata anche da un punto di vista quantitativo, presentata nel paragrafo A4.

Al fine di ottenere un'analisi più approfondita e coerente, si è scelto di analizzare il contesto per **ognuno degli ambiti tematici** previsti dall'Avviso, riportati nell'ordine di priorità emerso dal processo partecipativo:

1. Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali;
2. Sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari;
3. Sistemi produttivi locali artigianali e manifatturieri;
4. Servizi, beni, spazi collettivi e inclusivi.

Un'analisi così ampia e approfondita permetterà al GAL, in questo ruolo sempre più affermato di agenzia di sviluppo territoriale, di accompagnare gli attori locali nell'individuazione di ulteriori opportunità che possano dare risposte alle criticità individuate.

Si riportano a seguire le analisi strategiche SWOT per ognuno degli ambiti analizzati.

Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali

Punti di forza	Punti di debolezza
Ambiente incontaminato , ricco di attrattori naturali (superfici boschive più ampie della Sardegna, biodiversità di fauna e flora) e condizioni climatiche favorevoli	Degrado e scarsa valorizzazione dell'ambiente naturale e del patrimonio culturale, architettonico e archeologico
Tradizioni locali e identità	Risorse territoriali non completamente fruibili ai fini turistici
Patrimonio archeologico e architettonico	Difficoltà nel coniugare la tutela e la conservazione con lo sviluppo del territorio
Accoglienza, ospitalità	Modello turistico "vecchio" e poco in linea con la tutela dell'ambiente e della sostenibilità
Coesione sociale e senso di comunità	Bassa qualità dell'offerta turistica e difficoltà di stare nel mercato per le ridotte dimensioni aziendali
Legame spirituale dell'uomo barbaricino con la terra	Difficoltà a destagionalizzare l'offerta turistica
Presenza di sentieri naturalistici (oltre 3500 ettari)	Offerta ricettiva distribuita in maniera disomogenea sul territorio
La concentrazione di punti di interesse visitabili (monumenti, siti archeologici, religiosi etc.)	Strutture ricettive di scarsa qualità e da ammodernare, compreso il segmento alto (della ricettività di lusso)
Enogastronomia e prodotti tipici locali come elemento di attrazione turistica (filiera del torrione di Tonara, suino, vino del Mandrolisai)	Strutture ricettive in disuso
Territorio ricco di eventi culturali, manifestazioni sportive e corali (Festival letterario Isola delle Storie, Autunno in Barbagia etc.)	Offerta di servizi turistici non organizzata e integrata
Territorio vocato al turismo lento, esperienziale e sensibile ai principi della sostenibilità	Carenza di servizi al turismo complementari alla ricettività (esempio bike hotel)
Territorio come destinazione di turismo naturalistico , rurale e outdoor	Sistema museale scarsamente diffuso e inadeguata gestione dei musei e insufficiente accesso alla cultura
Territorio come destinazione per i nomadi digitali alla ricerca di equilibrio tra lavoro e qualità della vita	Limitata presenza di percorsi cicloturistici e servizi per cicloturisti inadeguati
Territorio idoneo alla fruibilità turistica 365 giorni all'anno (dal lago al turismo invernale)	Limitata presenza di guide turistiche, sportive, GAE locali
Micro strutture ricettive di qualità	Turismo esperienziale poco sviluppato , opportunità sporadiche ed eventi organizzati da operatori non residenti sul territorio
Presenza di reti informali e di accordi di rete operanti tra vari operatori economici	Assenza di strade e sentieri di accesso a siti e insistenza di proprietà private senza diritto di passaggio
	Sentieri non mantenuti e privi di segnaletica
	Insufficienti iniziative di aggregazione e confronto per i giovanissimi (14-20)

	Inattività di centri di aggregazione culturale
	Poca propensione alla cooperazione e a fare rete nel territorio (cooperativa di comunità etc.)
	Reti territoriali non accompagnate
	Difficoltà nel reperire le informazioni sul territorio e sulle attività da svolgere
	Scarsa formazione e specializzazione degli operatori (lingue straniere etc.)
	Difficoltà a fare impresa e a mettersi in gioco soprattutto da parte dei giovani
	Senso di sfiducia e visione pessimistica degli abitanti che non credono nelle potenzialità del territorio
	Comunicazione e promozione non integrati a livello territoriale e non in linea con il prodotto rurale
	Difficoltà a proporre pacchetti turistici per la distanza tra Comuni
	Carenza di trasporti e collegamenti stradali insufficienti che causano difficoltà nel raggiungere il territorio
	Edifici abbandonati da riqualificare in chiave turistica
	Scarsa valorizzazione della lingua sarda locale indispensabile a trasmettere usi e costumi
	Spopolamento
	Invecchiamento della popolazione
Opportunità	Minacce
Presenza della Rete Escursionistica della Sardegna	Diminuzione dell'attrattività delle aree rurali ed esodo irreversibile verso aree meglio servite
Crescente richiesta di fruizione "attiva" della vacanza, in senso ricreativo, sportivo e culturale-educativo	Graduale perdita della cultura tipica del mondo rurale
Aumento della domanda di turismo silver	Poca curiosità e volontà della nuova generazione
Aumento della domanda di turismo per nomadi digitali	L'eccessiva stagionalità e poca strutturazione dei flussi turistici rischiano comprimere le iniziative imprenditoriali a attività marginali e non professionali
Aumento della domanda di turismo sportivo	Carenza di turismo interno
Crescita di interesse turistico verso il territorio e aumento della domanda di turismo esperienziale sostenibile	Infrastruttura digitale e rete internet insufficiente sono un ostacolo anche rispetto ai nuovi flussi di lavoratori da remoto che si stanno sviluppando
Crescente importanza delle motivazioni enogastronomiche come elemento determinante della domanda turistica	Collegamenti stradali e aerei insufficienti
Crescente importanza delle motivazioni culturali e ambientali all'interno della domanda turistica	Leggi di settore e tassazione in continuo cambiamento
Crescente interesse per manifestazioni culturali e tradizionali che valorizzano l'identità e i prodotti tipici	Inerzia delle istituzioni nel concedere la gestione dei luoghi di interesse a cooperativa o aggregazioni di professionisti del settore
Capacità del turismo di creare indotto negli altri settori produttivi, nel reddito e nell'occupazione	Smantellamento dei servizi essenziali
Presa di coscienza delle forti potenzialità del territorio da parte di nuovi imprenditori e conservazione della cultura tipica del mondo rurale	Burocrazia lenta
Crescente domanda di strutture ricettive di tipo complementare integrate nel tessuto insediativo dei centri storici o nelle aree rurali	Lavoro sommerso
Disponibilità di risorse aggiuntive derivanti dalle politiche nazionali ed Europee di sviluppo (es. SNAI, Fondi SIE 2021-2027)	
Il valore e l'importanza delle istituzioni scolastiche per lo sviluppo della mentalità imprenditoriale, innovativa e sperimentale	

Sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari

Punti di forza	Punti di debolezza
Presenza di attività agricole e forestali sostenibili	Scarsa valorizzazione delle risorse naturali (es. bosco)
Produzioni e tecniche agricole tipiche e legate alle tradizioni	Presenza di terreni non coltivati
Vasta offerta di produzioni tipiche locali di qualità a km0 in ambito gastronomico e vitivinicolo (filiera del torrione di Tonara, dei salumi es. Prosciutto di Desulo, vino DOC del Mandrolisai, pane, fiore sardo DOP, olio, prodotti del bosco, castanicoltura etc.)	La perdita di professioni e mestieri legati all'agricoltura a causa dello spopolamento che ha portato all' abbandono delle campagne
Presenza di biodiversità locale e materie prime , biologiche e sostenibili (es. fagioli di Tiana, patate di Gavoi, maiale di razza sarda)	Difficoltà a trasformare le materie prime che potrebbero essere vendute a prezzi più alti e con canali differenti (es. farina di castagne)
Presenza di filiere corte	Carenza di prodotti del territorio nella ristorazione locale
Antichi saperi e tradizioni culinarie	Mancanza di punti di vendita collettivi dei prodotti del territorio
Piccole realtà che fanno impresa nell'ambito agricolo sono eccellenze del territorio (Raccolto di Merea a Sorgono)	Eccessiva tendenza al "nanismo aziendale" e micro dimensioni delle imprese dell'ambito
Valorizzazione delle risorse locali nell'offerta ristorativa legata alle tipicità del territorio	Scarsa apertura ai nuovi mercati a causa delle produzioni limitate
Presenza di attività commerciali per la vendita di prodotti tipici	Marketing poco incisivo per competere
Multifunzionalità e diversificazione delle imprese agropastorali (Fattorie didattiche, agriturismo e altre attività extra-agricole)	Bassa innovazione nel settore e tecnologie produttive innovative poco conosciute e di difficile accesso
Produzione complementare di creme dalle vinacce, sapa per il settore dolciario, produzione di acquavite	Scarsa alfabetizzazione digitale che limita l'apertura verso l'e-commerce e a nuovi canali di vendita
Esistenza di marchi di qualità delle produzioni (es. prosciutto di Desulo)	Carenza di portali e strumenti digitali per la vendita dei prodotti e la gestione aziendale
Presenza di professionalità in ambito agricolo e agroalimentare	Lontananza dagli altri mercati e mancanza di mercati di raccolta intermedi
Paesaggio policolturale del Mandrolisai, parte del Registro nazionale dei Paesaggi rurali d'interesse storico	Ampi spazi di mercato attualmente occupati da aziende non sarde
	Difficoltà a individuare canali idonei alla commercializzazione a causa di scarsa informazione e formazione degli operatori del settore
	Carenza di standard qualitativi condivisi
	Scarsa propensione alla promozione se non al mercato interno
	Scarsa capacità di pianificare lungo periodo e in maniera proattiva
	Scarsa capacità imprenditoriale nell'ambito agricolo e conoscenza delle dinamiche di mercato e scarsa consapevolezza delle potenzialità del prodotto
	Scarso potere contrattuale da parte degli operatori
	Basso ricambio generazionale nelle aziende agricole
	Difficoltà al reperimento del personale formato e non formato e mancanza di manodopera qualificata
	Mancanza di percorsi formativi e di placement in ambito agricolo e agroalimentare
	La scarsa capacità di fare aggregazione e rete tra aziende
	Mancanza di collegamento tra le varie filiere agricole
	Difficoltà di collegare le istituzioni scolastiche con le aziende (agricole) del territorio
	Mancanza di una rete logistica per i prodotti
	Eccessiva burocratizzazione
Opportunità	Minacce
Crescente interesse e sviluppo verso l'economia circolare	Inquinamento diffuso
I nuovi trend di mercato che puntano alla biodiversità	Cambiamenti climatici



GAL BMG

La possibilità del mercato di vendere su piattaforme di e-commerce online	Aumento prezzi e dei costi di produzione
	Concorrenza economica nell'ambito delle produzioni agricole e invasione del mercato locale con prodotti esteri
	Importazione selvaggia di materie prime esterne e scarsamente qualitative
	Contraffazione dei prodotti tipici locali (Bestiame allevato all'estero, trasformato in loco e venduto come prodotto tipico sardo)
	Scarsa capacità del mercato di giustificare la differenza di prezzo tra un prodotto di qualità artigianale con un prodotto industriale
	Assenza di trasporti adeguati verso i mercati nazionali ed internazionali
	Mancato dialogo e comunicazione tra enti preposti alle autorizzazioni
	Mancanza di un sistema fiscale paritario
	Legislazione Europea distante dalle esigenze delle realtà locali e dalla tutela della tradizione
	Legislazione Europea vincolante (es. peste suina)

Sistemi produttivi locali artigianali e manifatturieri

Punti di forza	Punti di debolezza
Materie prime	Manca la consapevolezza dell'importanza dell'artigianato come elemento fondamentale di trasmissione della propria cultura e del proprio territorio
Tradizione dell'artigianato e creazioni artistiche locali dal valore culturale e identitario inestimabile (i tappeti di Tonara e Sarule, i costumi tradizionali, tessuti come l'orbace - Gualchiera di Tiana - ceramiche , pellami , gioielli , cestini in asfodelo di Olzai e Ollolai, lavorazione del legno , bottai a Belvi, ferro battuto e campanacci a Tonara, sughero , etc.)	Mancato ricambio generazionale e passaggio di conoscenza delle pratiche e dei metodi di lavorazione tradizionali
Ecosostenibilità dell'artigianato locale (es. tinture naturali con le erbe Atzara, riuso dei materiali, le materie prime e strumenti utilizzati)	Scarsità di risorse umane , tecniche, materiali: artigiani, mestieri e metodi che stanno scomparendo
Tipicità, originalità e unicità delle produzioni e delle modalità di lavorazione specifiche per paese	Assenza di manodopera
Tecniche e utensili tradizionali ancora in uso che sono riuscite a trascendere il tempo	Limitata capacità di soddisfare la domanda di prodotti artigianali
Produzioni idonee alla commercializzazione online e nei marketplace	Micro realtà imprenditoriali che hanno difficoltà ad affacciarsi sul mercato
Artigianato come strumento per raccontare le specificità del territorio e come desiderio identitario di conoscere e riconoscere la propria storia	Spesso mancanza del piccolo merchandising
	Scarsa competitività e internazionalizzazione delle imprese
	Ingente numero di hobbisti a causa della difficoltà a mettersi in regola
	Scarsa conoscenza all'esterno del patrimonio artigianale presente nel territorio
	Scarsa incentivazione della formazione professionale nel settore
	Mancanza di una formazione specifica sull'artigianato locale
	Scarsa collaborazione con i musei locali che valorizzino il luogo di produzione artigianale
	Assenza di reti orizzontali
	Invecchiamento della popolazione e spopolamento
Opportunità	Minacce
Crescita di interesse turistico verso il territorio del turismo esperienziale legato ai laboratori artigianali	Smantellamento delle politiche a supporto dell'artigianato artistico sardo che rischia la scomparsa degli antichi mestieri
Crescente richiesta da parte del mercato di prodotti personalizzati su misura (scarpe, tappeti etc.)	Scarsi incentivi all'artigianato
Digital innovation e lo sviluppo delle tecnologie per la vendita dei prodotti	Eccessivo costo dei macchinari per la lavorazione
	Globalizzazione



Servizi, beni, spazi collettivi e inclusivi

Punti di forza	Punti di debolezza
Presenza di spazi naturali incontaminati e disabitati che potrebbero avere una seconda possibilità in ottica inclusiva	Infrastrutture fatiscenti o mancanti
Sentimento di appartenenza territoriale molto forte	Offerta di servizi territoriali inadeguata , frammentata tra paesi (es. biblioteche chiuse per mesi)
Coesione sociale e senso di comunità	Spazi collettivi esistenti ma poco sfruttati
Solidarietà	Servizi obsoleti e troppo costosi
Ampi e numerosi spazi e strutture per realizzare attività di inclusione sociale ed eventi	Strade abbandonate e servizi di trasporto pubblici scadenti e non capillari che possano rendere inclusiva la fruizione degli spazi (colmati da privati)
Presenza di operatori e professionalità formate con esperienza di cooperative sociali	Individualismo e mancanza di senso di comunità
Territorio fortemente vocato all'ospitalità per nomadi digitali	Mancanza di personale professionalizzato per gestione, organizzazione e sistemazione di servizi e spazi
	Poca formazione e innovazione da parte degli Enti Pubblici
Opportunità	Minacce
Presenza di bandi europei sulla Digital innovation nel settore	Situazione economica globale
Crescente interesse da parte dei giovani a tornare nei paesi d'origine scegliendo una vita lenta	Politiche regionali concentrate solo sulle città e sulle coste
Welfare generativo	Pochi controlli sui finanziamenti stanziati (es. primo insediamento, bando per i B&B)
	Imprese private straniere che gestiscono i servizi senza lasciare spazio ai locals
	Prevalenza della volontà del singolo su quello della collettività
	Isolamento
	Invecchiamento della popolazione
	Spopolamento del territorio
	Burocrazia

B.5. Analisi delle esigenze di sviluppo e delle potenzialità dell'area

In coerenza con l'approccio metodologico utilizzato per la realizzazione dell'analisi SWOT, si riportano a seguire i **fabbisogni** territoriali derivanti dal processo partecipativo, suddivisi per i **4 ambiti tematici** di riferimento:

1. **Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali;**
2. Sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari;
3. Sistemi produttivi locali artigianali e manifatturieri;
4. Servizi, beni, spazi collettivi e inclusivi.

Da un punto di vista metodologico si è scelto di partire dalle **esigenze di sviluppo** già evidenziate a livello nazionale, dovendo le Strategie di Sviluppo Locale concorrere al raggiungimento degli obiettivi posti dal **Piano Nazionale della PAC**. A questo proposito, appare opportuno evidenziare che, come definito dal Complemento Regionale per lo Sviluppo Rurale 2023-2027 della Regione Sardegna, dall'analisi del contesto regionale non sono emerse esigenze specifiche regionali aggiuntive a quelle definite a livello nazionale, ragion per cui l'individuazione delle priorità è stata inizialmente condotta sui fabbisogni di livello nazionale/regionale e poi ulteriormente discussa e approfondita e territorializzata, con l'**individuazione delle esigenze di sviluppo prioritarie da tradurre in azioni strategiche**.

Anche in questo caso, un'analisi così ampia e approfondita dei fabbisogni e delle esigenze di sviluppo permetterà al GAL, in questo ruolo sempre più affermato di agenzia di sviluppo territoriale, di accompagnare gli attori locali nell'individuazione di ulteriori opportunità che possano dare risposte ai fabbisogni emersi.

Si riportano a seguire i fabbisogni, suddivisi per ambito, gerarchizzati, territorializzati e codificati in ordine di priorità.

Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali

Codice	Descrizione fabbisogno / potenzialità	Priorità (1- 4)
E 2.8	<u>Tutela valorizzazione e ripristino del paesaggio rurale</u>	2 - Qualificante
F1	Valorizzare le peculiarità ambientali di ciascun territorio	
F2	Realizzare interventi di pulizia nelle aree rurali per renderle fruibili	
F3	Valorizzare la rete sentieristica	
F4	Implementare i rifugi e renderli fruibili in tutti i territori	
F5	Favorire l'utilizzo attivo del bosco, sia a livello economico che turistico culturale	
F6	Valorizzare e recuperare gli oliveti storici locali (Sarule)	
F7	Recuperare i centri storici, anche tramite tecniche di bioedilizia	
F8	Recuperare case cantoniere e vecchie stazioni FDS	
F9	Regolamentare le terre pubbliche	
F10	Migliorare le infrastrutture e delle strade	
E 3.7	<u>Sostenere la progettazione integrata nelle aree rurali</u>	2 - Qualificante
E3.8	<u>Migliorare la capacità progettuale e la partecipazione degli attori locali</u>	3 - Complementare
F1	Coinvolgere attivamente le aziende agricole nella valorizzazione della sentieristica	
F2	Sensibilizzare le strutture turistiche all'uso di prodotti locali	
F3	Stimolare il coinvolgimento della comunità locale	
F4	Stimolare la creazione di spazi fisici in cui incontrarsi, contaminarsi e confrontarsi	
F5	Creare laboratori di «sprint design» tra aziende diverse, per stimolare le startup e le imprese collaborative	
F6	Fare rete, tra imprese, nei vari settori	
F7	Favorire la creazione di reti tra coloro che offrono servizi culturali e turistici nel territorio (turismo esperienziale, artigianato e agroalimentare)	
F8	Censire e mettere in rete gli operatori	
F9	Formare le imprese sull'importanza della creazione di rete	
F10	Stimolare lo sviluppo di figure professionali che accompagnino la creazione delle reti	
F11	Stimolare il confronto e la cooperazione tra gli attori locali	
F12	Creare un piano antincendio di prevenzione efficace	
F13	Stimolare la partecipazione ad attività culturali	
E 3.3	<u>Creare e sostenere l'occupazione e l'inclusione sociale nelle aree rurali</u>	2 - Qualificante
F1	Sviluppare diverse tipologie di servizi e di coordinamento, attraverso la figura degli agenti	
F2	Incentivare lo sviluppo di competenze	
F3	Incentivare la formazione specifica su diversi settori	
F4	Formare i giovani su diversi mestieri	
F5	Incrementare il personale per lavorare nelle campagne	
F6	Reperire personale specializzato che curi bandi, promozione	
F7	Realizzare servizi di consulenza all'interno delle amministrazioni	

E 3.1	<u>Promuovere l'imprenditorialità nelle aree rurali</u>	1 - Strategico
F1	Incentivare la creazione di impresa e il lavoro autonomo	
F2	Incentivare l' apertura di start up	
E 3.5 E 3.6	<u>Accrescere l'attrattività dei territori</u> <u>Innalzare il livello della qualità della vita nelle aree rurali</u>	1 - Strategico
F1	Creare una DMO locale	
F2	Organizzare l'offerta del prodotto turistico	
F3	Elaborare linee guida degli standard qualitativi minimi per le aziende che erogano servizi al turista	
F4	Puntare su altre tipologie di turismo (es. nomadi digitali)	
F5	Promuovere l'offerta ricettiva e indirizzarla a target specifici	
F6	Creare un marchio qualitativo delle strutture ricettive	
F7	Programmare e calendarizzare l'offerta culturale	
F8	Condividere l'offerta culturale dei territori	
F9	Rendere fruibili i siti archeologici e culturali e valorizzarli in chiave turistica	
F10	Uniformare i costi in base ai servizi offerti	
F11	Puntare sulle materie prime (sughero) come attrazione turistica	
F12	Promuovere la qualità della vita	
E 3.4	<u>Promuovere l'innovazione per la bioeconomia sostenibile e circolare</u>	3 - Complementare
F1	Puntare sull' innovazione sostenibile	
F2	Ripristinare i metodi costruttivi tradizionali (Es. ripristinare i vecchi tetti ed impedire i crolli dovuti alle infiltrazioni)	

Sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari

Codice	Descrizione fabbisogno / potenzialità	Priorità (1- 4)
E 3.8	<u>Migliorare la capacità progettuale e la partecipazione degli attori locali</u>	3 - Complementare
F1	Favorire la condivisione dei costi di gestione e promozione tra aziende	
F2	Incentivare adeguate forme di marketing	
F3	Incentivare la creazione di nuovi strumenti/canali di commercializzazione dei prodotti	
F4	Stimolare la cooperazione tra imprese lattiero casearie	
F5	Creazione di reti orizzontali e verticali	
F6	Favorire lo sviluppo di sinergie e sensibilizzare le imprese sull'importanza del lavoro in rete e delle filiere	
F7	Favorire la creazione di una rete tra aziende agricole locali che producono e che trasformano i prodotti	
F8	Mettere in rete gli imprenditori che già collaborano attivamente per proporre un'offerta più completa	
F9	Superare il timore che aprirsi ai mercati sia un fattore di rischio	
F10	Favorire lo sviluppo di figure professionali dedicate	
F11	Stimolare la partecipazione a corsi professionali	
F12	Favorire lo sviluppo di competenze nella gestione aziendale	
F13	Incentivare la formazione specifica per fare in modo che i profili professionali siano coerenti con le esigenze specifiche del settore (es. management dell'impresa, marketing territoriale)	
F14	Creare un incubatore che accompagni la start up (lancio del prodotto, packaging, promozione etc)	
F15	Stimolare l'educazione alimentare e il bere consapevole	
F16	Confrontarsi con aziende da "copiare" e a cui ispirarsi che hanno più esperienza e possono farci crescere	
E 3.1	<u>Promuovere l'imprenditorialità nelle aree rurali</u>	3 - Complementare
F1	Investire nelle nuove generazioni e stimolarle all'imprenditorialità utilizzando il linguaggio dei giovani	
F2	Creare forme di accompagnamento per l'utilizzo di sistemi di vendita che valorizzino realmente il produttore e il prodotto anche nella sua identità	
F3	Innovare la produzione	
F4	Combattere la concorrenza sleale	
E 3.7	<u>Sostenere la progettazione integrata nelle aree rurali</u>	2 - Qualificante
F1	Fare rete tra filiere e rivolgersi a mercati di nicchia	
F2	Promuovere il legame tra imprese e scuola	
E 3.5	<u>Accrescere l'attrattività dei territori</u>	2 - Qualificante
F1	Collegare turismo attivo e non alla visita e alle esperienze in aziende agricole (attività in vigneti, oliveti, degustazioni, partecipare ai lavori in apiario)	
F2	Acquisire consapevolezza sulla qualità dei propri prodotti ed essere in grado di raccontarli e promuoverli	
F3	Favorire la conoscenza dei prodotti tipici al di là del territorio anche attraverso la promozione condivisa e di gruppo, facendo rete soprattutto nel mercato attuale (che predilige la qualità e la genuinità)	
F4	Stimolare la ricerca e la creazione di prodotti qualità	
F5	Sviluppare un Brand territoriale (anche per ottimizzare i costi)	
E 3.4	<u>Promuovere l'innovazione per la bioeconomia sostenibile e circolare</u>	3 - Complementare
F1	Valorizzare la conoscenza, la tutela e il ripristino della biodiversità e degli ecosistemi nell'ambito della produzione delle materie prime e della trasformazione	
F2	Promuovere le circularità delle filiere agroalimentari (es. vino)	

Sistemi produttivi locali artigianali e manifatturieri

Codice	Descrizione fabbisogno / potenzialità	Priorità (1- 4)
E 3.1	<u>Promuovere l'imprenditorialità nelle aree rurali</u>	3 - Complementare
F1	Favorire l'utilizzo di canali di vendita online e offline (e-commerce o alternative offline)	
F2	Facilitare l' informazione in merito all'apertura di un'impresa	
F3	Incentivare la fiducia degli artigiani rispetto al loro potenziale e spronarli a promuovere e vendere	
F4	Miglioramento logistica e macchinari	
F5	Sostegno agli artigiani nell'acquisto/ampliamento della sede di lavoro	
F6	Budget formativo per accompagnare i giovani a rilevare l'azienda artigiana Incentivo per rilevare l'attività artigiana che sta chiudendo favorendo il ricambio generazionale e la trasmissioni dei saperi	
F7	Favorire la creazione di impresa in settori specifici (es. calzoi, elettricisti, idraulici etc)	
F8	Sfruttare le enormi potenzialità del territorio anche per attrarre giovani lavoratori	
F9	Sostenere il passaggio da hobbismo a imprenditorialità anche attraverso la creazione di reti	
F10	Superare il nanismo aziendale e la microimpresa	
E 3.3	<u>Creare e sostenere l'occupazione e l'inclusione sociale nelle aree rurali</u>	2 - Qualificante
F1	Creare e sostenere inclusione, ricostituire il senso della comunità	
E 3.8	<u>Migliorare la capacità progettuale e la partecipazione degli attori locali</u>	3 - Complementare
F1	Rivalutare i vecchi mestieri	
F2	Accrescere la fiducia degli artigiani verso il proprio lavoro	
F3	Stimolare la collaborazione tra artigiani ed esperti di Design	
F4	Fare rete tra imprese	
F5	Stimolare la formazione, confronto, interazione con aziende	
E 3.7	<u>Sostenere la progettazione integrata nelle aree rurali</u>	2 - Qualificante
F1	Progettazione integrata tra turismo e artigianato (es. laboratori esperienziali)	
F2	Incentivare la collaborazione con le scuole per la riscoperta dei mestieri antichi e dell'artigianato tradizionale (collaborazioni attive con vere e proprie lezioni in laboratori artigiani)	
F3	Individuare spazi fisici infrastrutturali per l'artigianato e rigenerare gli spazi fisici esistenti	
E 3.5	<u>Accrescere l'attrattività dei territori</u>	2 - Qualificante
F1	Favorire l' attrattività dei territori per chi ci abita e per i turisti	
F2	Favorire l' internazionalizzare delle imprese e l'apertura a nuovi mercati	

Servizi, beni, spazi collettivi e inclusivi

Codice	Descrizione fabbisogno / potenzialità	Priorità (1- 4)
E 3.3	<u>Creare e sostenere l'occupazione e l'inclusione sociale nelle aree rurali</u>	3 - Complementare
F1	Creare o potenziare i servizi di assistenza e supporto per categorie fragili	
F2	Creare un ufficio informativo per il disbrigo di pratiche (es. anziani)	

B.6. Obiettivi della Strategia, con individuazione di target finali misurabili per i risultati

Ambito prioritario della Strategia di Sviluppo Locale e obiettivi della programmazione FEASR

Il processo di prioritizzazione degli ambiti strategici è stato realizzato a seguito della fase di analisi strategica del contesto e di individuazione e gerarchizzazione dei fabbisogni, realizzata durante il percorso partecipativo.

Le analisi sono state effettuate sui quattro ambiti tematici previsti dal piano strategico della PAC 2023/2027, proprio al fine di elaborare uno studio - e strutturare la Strategia di Sviluppo Locale - che rispondesse a 360° alle necessità espresse dal territorio.

Durante il percorso i partecipanti sono quindi stati coinvolti, attraverso l'utilizzo di strumenti e metodologie specialistiche strutturate, in momenti di individuazione degli ambiti tematici prioritari, in modo tale da raccogliere il maggior numero di posizioni e valutare una coerenza tra più momenti di confronto.

Un dato comune a tutti i momenti di confronto è stata la forte priorità assegnata all'ambito tematico **"sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali"**, che nella maggior parte dei casi ha ottenuto la votazione più alta e in tutti gli incontri dedicati è stato indicato come ambito prioritario.

Si è d'altra parte registrata una sostanziale parità tra altri due ambiti, l'ambito dei **"sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari"** e l'ambito dei **"sistemi produttivi locali artigianali e manifatturieri"**, mentre è stato indicato come meno rilevante l'ambito **"servizi, beni, spazi collettivi e inclusivi"**.

Tenuto in considerazione l'esito del processo e i contributi emersi da parte degli attori coinvolti, la scelta si è concentrata su un unico ambito, quello dei **"sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali"**.

Al fine però di rispondere alla maggior parte delle esigenze di sviluppo emerse e alle volontà di investimento, la strategia è incentrata su **un solo ambito prioritario** - **"sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali"** - ma assume come rilevanti e centrali anche fabbisogni emersi nell'analisi degli ambiti tematici **"sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari"** e **"sistemi produttivi locali artigianali e manifatturieri"**, al fine di realizzare una **Strategia di sviluppo integrata e coerente con tutte le esigenze del territorio**.

Inoltre, l'analisi delle strategie e degli strumenti per lo sviluppo locale presenti sul territorio (così come delineata nel paragrafo A5), ha orientato la scelta di un **unico ambito**, tenendo in considerazione altri interventi attivi o programmati e particolarmente orientati allo sviluppo dell'ambito agricolo, aspirando dunque alla visione di una Strategia di Sviluppo Locale distribuita su più fondi.

La struttura della strategia trova riscontro anche nell'analisi strategica SWOT dove spesso i **punti di debolezza risultano essere comuni a più ambiti**, primi fra tutti la scarsa capacità di fare rete tra aziende e la necessità, per le reti esistenti, di essere accompagnate e guidate, la presenza di micro-imprese e la conseguente difficoltà nel promuovere la propria offerta e i prodotti locali nei mercati internazionali. Rispetto alle debolezze evidenziate, la Strategia di Sviluppo Locale mira alla creazione di una governance del sistema di rete turistica, che deve necessariamente **comprendere anche gli operatori** del settore agricolo e **agroalimentare** e quelli dell'**artigianato** per creare opportunità di sviluppo economico in tutti i settori e nel contempo investire nella nascita di start-up e di attività complementari per la gestione di servizi utili alla fruizione dei siti turistici.

L'ambito **"Sistema di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali"** si definisce nella Strategia di Sviluppo Locale con una visione del turismo come fonte di valorizzazione e crescita dell'economia locale, tanto nei settori direttamente collegati all'esperienza turistica, quanto in quelli strategici dell'agroalimentare e dell'artigianato.

La Strategia di Sviluppo Locale promuove un modello di turismo come uno strumento di valorizzazione del territorio, con l'obiettivo ultimo di incrementare la sua fruibilità e la qualità dell'esperienza turistica sia per coloro i quali lo visitano sia per chi lo abita.

Come esplicitato nel paragrafo precedente, la Strategia di Sviluppo Locale intende fornire risposte a tutte le esigenze espresse dal territorio, legate sia all'ambito **"Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali"** che a quello dei **"sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari"** e dei **"sistemi produttivi locali artigianali e manifatturieri"**.

La logica d'intervento della Strategia è articolata in riferimento a **due obiettivi generali**, in sinergia con le direttive della PAC 2021/2027 per le applicazioni territoriali:

1. **Rafforzare la governance pubblico-privata a regia di progetti integrati locali, favorendo approcci organizzativi innovativi e ampliando la funzione turistica del territorio per valorizzarlo e migliorare la qualità della vita a livello locale;**
2. **Supportare il tessuto economico e sociale nel territorio del GAL attraverso la rivitalizzazione delle economie rurali, la promozione di imprenditorialità innovativa e la diversificazione del settore privato.**

Logica degli interventi, connessione tra azioni, ricadute attese e target finali misurabili

Proseguendo lungo la logica d'intervento, la Strategia si propone di raggiungere obiettivi specifici in riferimento a ciascun obiettivo generale e a guida delle operazioni individuate. Si riassumono di seguito in formato tabellare gli **obiettivi specifici** e i **target** di riferimento per ciascuno di essi.

Obiettivo Generale 1 - Rafforzare la governance pubblico-privata a regia di progetti integrati locali, favorendo approcci organizzativi innovativi e ampliando la funzione turistica del territorio per valorizzarlo e migliorare la qualità della vita a livello locale	
Obiettivo Specifico	Principali target
1.1 Migliorare la governance-partecipativa con la creazione e adozione di strumenti per il partenariato pubblico-privato per la gestione della DMO Sardegna il Cuore	N. 1 organismo pubblico-privato per la gestione della DMO Sardegna il Cuore
1.2 Ampliare il partenariato e l'area di influenza della DMO Sardegna il Cuore	N. 30 nuovi operatori coinvolti nella DMO
1.3 Incrementare la valorizzazione del territorio e delle funzioni turistiche in esso presenti, attraverso una maggiore promozione della DMO e la diversificazione degli utenti e dell'offerta turistica	N. 3 eventi pubblici di disseminazione itineranti con seminari e workshop, mostra mercato, laboratori esperienziali etc.
Obiettivo Generale 2 - Supportare il tessuto economico e sociale nel territorio del GAL attraverso la rivitalizzazione delle economie rurali, la promozione di imprenditorialità innovativa e la diversificazione del settore privato.	
Obiettivo Specifico	Principali target
2.1 Incentivare la creazione d'impresa e la presenza di start-up innovative sul territorio	N. 5 start-up
2.2 Aumentare la capacità di rete tra le imprese del territorio	N. 1 o 2 reti di imprese
2.3 Aumentare la diversificazione dell'offerta del settore turistico-ricreativo e delle attività socio-culturali accessibili sul territorio	N. 1 vademecum e guida per i nomadi digitali N. 1 festival internazionale di valorizzazione delle acque interne N. 1 fiera del turismo internazionale N. 1 sistema di offerta di prodotti/servizi per i Cammini dello Spirito

Tutti i target degli indicatori di risultato si trovano dettagliati nelle schede di azione.

La strategia si sviluppa dunque all'interno dell'ambito tematico **"Sistema di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali"** e connette operazioni ordinarie, specifiche e di cooperazione andando a intervenire su più livelli: interventi locali attraverso le **azioni ordinarie e specifiche**, interventi interterritoriali e transnazionali attraverso le **azioni di cooperazione**.

Le operazioni ordinarie, specifiche e di cooperazione sono tra loro connesse e funzionano in concerto secondo una logica di **risposta ai fabbisogni strategici e complementari** emersi durante il processo partecipativo e ai conseguenti **obiettivi specifici individuati nella costruzione della strategia**.

Al fine di illustrare il ragionamento strategico che sta alla base del sistema di connessione tra le varie operazioni, si riportano le azioni (descritte nelle successive schede in dettaglio) in funzione dell'obiettivo specifico che concorrono a raggiungere.

Per il raggiungimento dell'**obiettivo specifico 1.1 "Migliorare la governance-partecipativa con la creazione e adozione di strumenti per il partenariato pubblico-privato per la gestione della DMO Sardegna il Cuore"** è stata progettata l'**Azione Specifica 1**, che agisce a livello locale nei territori del GAL BMG per la costruzione di una governance pubblico-privato per la gestione della DMO; l'Azione ricopre un importante ruolo di regia rispetto a tutta l'implementazione della strategia.

Obiettivo Specifico	1.1 Migliorare la governance-partecipativa con la creazione e adozione di strumenti per il partenariato pubblico-privato per la gestione della DMO Sardegna il Cuore
Azioni previste	1.1.1 Azione specifica 1 - <u>La destinazione turistica (DMO) Sardegna il Cuore BMG: costruzione della governance pubblico/privata</u>

Per quanto riguarda l'**obiettivo specifico 1.2 "Ampliare il partenariato e area di influenza della DMO Sardegna il Cuore"**, è prevista l'implementazione dell'**Azione di cooperazione 3**, dedicata all'ampliamento del partenariato e al coinvolgimento di nuovi operatori nella DMO locale. L'azione è di carattere **interterritoriale** e coinvolge territori del GAL BMG ma anche altri comuni appartenenti a regioni limitrofe, andando a stimolare anche lo sviluppo di sinergie strategiche a livello sub-regionale.

Obiettivo Specifico	1.2 Ampliare il partenariato e l'area di influenza della DMO Sardegna il Cuore
Azioni previste	1.2.1 Azione di cooperazione 3 – <u>Sardegna il Cuore II</u>

Proseguendo invece con l'**obiettivo specifico 1.3 "Incrementare la valorizzazione del territorio e delle funzioni turistiche in esso presenti, attraverso una maggiore promozione e la diversificazione degli utenti e dell'offerta turistica"**, sono state pianificate tre azioni che concorrono, con finalità e applicazioni differenti, al suo raggiungimento. Le prime due consistono in sotto azioni dell'**Azione ordinaria 1**, che si sviluppa all'interno della linea di intervento **"SRG07 Cooperazione per lo sviluppo rurale e smart villages"** con particolare attenzione alla **"Cooperazione per il turismo rurale"** e che si sostanziano nell'organizzazione delle funzioni di accoglienza del territorio e in azioni di promo-commercializzazione dell'offerta turistica. In sinergia è stata progettata la terza operazione, l'**Azione specifica 3**, che si concentra su attività di promozione dell'offerta turistica del territorio. Il livello di intervento per tutte le azioni è locale.

Obiettivo Specifico	1.3 Incrementare la valorizzazione del territorio e delle funzioni turistiche in esso presenti, attraverso una maggiore promozione e la diversificazione degli utenti e dell'offerta turistica
Azioni previste	1.3.1 Azione ordinaria 1 - <u>Sotto azione 1 - Creazione e organizzazione delle funzioni di accoglienza del territorio (SRG07)</u> 1.3.2 Azione ordinaria 1 - <u>Sotto azione 2 - Azioni di promo-commercializzazione dell'offerta turistica (SRG07)</u> 1.3.3 Azione specifica 3 - <u>Diffusione della conoscenza e promozione dell'offerta della DMO Sardegna il Cuore</u>

Per quanto riguarda l'**obiettivo specifico 2.1 "Incentivare la creazione d'impresa e presenza di start-up innovative sul territorio"**, è stata pianificata l'**Azione ordinaria 2**, che si sviluppa all'interno della linea di intervento **"SRE04 Start-up non agricole"** e che vuole rivitalizzare il tessuto socio-economico locale attraverso la creazione di imprese innovative orientate alla gestione di nuovi servizi. Anche in questo caso, il livello di impatto dell'azione è locale.

Obiettivo Specifico	2.1 Incentivare la creazione d'impresa e presenza di start-up innovative sul territorio
Azioni previste	2.1.1 Azione ordinaria 2 – <u>Supporto per la creazione di start-up (SRE04)</u>

Proseguendo con l'**obiettivo specifico 2.2 "Aumentare la capacità di rete tra le imprese del territorio"**, è stata invece pianificata l'**Azione specifica 2**, che vuole promuovere sinergie e capacità di rete all'interno del tessuto imprenditoriale locale.

Obiettivo Specifico	2.2 Aumentare la capacità di rete tra le imprese del territorio
Azioni previste	2.2.1 Azione specifica 2 - <u>Reti di imprese per la promo-commercializzazione dell'offerta</u>

Infine, per il raggiungimento dell'**obiettivo specifico 2.3 "Aumentare la diversificazione dell'offerta del settore turistico-ricreativo e delle attività socio-culturali accessibili sul territorio"**, sono state progettate **4 azioni di cooperazione** che contribuiscono, ognuna su tematiche differenti, alla promozione e diversificazione dell'offerta turistica, andando a supportare la creazione di attività che possano attrarre nuove tipologie di turismo sul territorio. **Le azioni di cooperazione 1, 2 e 5** sono di livello transnazionale, mentre l'**azione di cooperazione 4** agisce a livello interterritoriale.

Obiettivo Specifico	2.3 Aumentare la diversificazione dell'offerta del settore turistico-ricreativo e delle attività socio-culturali accessibili sul territorio
Azioni previste	2.3.1 Azione di cooperazione 1 - <u><i>DINOVI (Digital Nomads Villages): un progetto transnazionale per promuovere l'accoglienza dei nomadi digitali nelle aree rurali d'Europa</i></u> 2.3.2 Azione di cooperazione 2 - <u><i>Water Experiences-Festival internazionale di valorizzazione delle acque interne</i></u> 2.3.3 Azione di cooperazione 4 – <u><i>I cammini dello spirito</i></u> 2.3.4 Azione di cooperazione 5 - <u><i>Terroir Wine empowerment</i></u>

B.7. Individuazione degli interventi

Ambito tematico

Principale	Secondario	Ambito Tematico
		Sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari
		Servizi, beni, spazi collettivi e inclusivi
X		Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali
		Sistemi produttivi locali artigianali e manifatturieri

Azioni ordinarie

Gli interventi proposti - **“Cooperazione per lo sviluppo rurale locale e smart villages”** e **“Start-up non agricole”**- rispondono in maniera coerente alle criticità e alle esigenze di sviluppo emerse in relazione all’ambito tematico **“sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali”**, selezionato come prioritario, ma assumono come centrali, connessi e imprescindibili, ai fini della costruzione della nuova Strategia di sviluppo territoriale, **elementi rilevati** in sede di analisi strategica partecipata relativi ai fabbisogni degli ambiti “sistemi locali del cibo, distretti, filiere agricole e agroalimentari” e “sistemi produttivi locali artigianali e manifatturieri”, quali la necessità di rafforzare la nascita di partenariati pubblico-privati e le reti di imprese, migliorare l’organizzazione delle funzioni di accoglienza del territorio, organizzare l’offerta turistica, rafforzare le funzioni di promozione e commercializzazione, valorizzare i prodotti tipici e le eccellenze territoriali, supportare l’avvio di nuove attività imprenditoriali.

Azione ordinaria 1
Ambito tematico (P/S): P - Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali
Codice Intervento PSP: SRG07
Denominazione PSP: Cooperazione per lo sviluppo rurale locale e smart villages
Descrizione/ Finalità L’intervento intende favorire un approccio innovativo, organizzativo e di processo nello strutturare nuove forme di governance partecipativa territoriale. Nel primo la forma innovativa di governance partecipativa sarà il partenariato pubblico-privato, in linea con le normative comunitarie e nazionali. Nel secondo la forma innovativa di governance partecipativa sarà costituita dalla rete di imprese private. <u>Sotto azione 1 - Creazione e organizzazione delle funzioni di accoglienza del territorio</u> L’azione “Creazione e organizzazione delle funzioni di accoglienza del territorio”, consiste nella realizzazione di itinerari tematici di conoscenza ed esperienza. L’azione, rivolta a partenariati pubblico-privati, intende: ● stimolare la creazione di itinerari di conoscenza ed esperienza e percorsi tematici che valorizzino le eccellenze territoriali ● adeguare e rendere accoglienti e fruibili alle nuove categorie di turisti (es. nomadi digitali e turisti esperienziali) spazi pubblici e privati. Sono previste, a titolo esemplificativo, le seguenti azioni: ● Realizzazione di percorsi tematici interterritoriali creati in partenariato pubblico-privato (es. Vie del vino, vie del cibo, vie dell’artigianato etc.) ● Creazione di percorsi urbani che valorizzino prodotti locali agricoli e artigianali ● Creazione/miglioramento di spazi di accoglienza e Community Hub ● Adeguamento degli spazi delle cantine vitivinicole e delle imprese locali per l’accoglienza dei turisti digitali/esperienziali <u>Sotto azione 2 - Azioni di promo-commercializzazione dell’offerta turistica</u> L’azione intende finanziare una o due reti verticali di imprese (turistiche, agroalimentari, artigianali...) e mira a rafforzare la cooperazione tra le imprese e organizzare l’offerta, la promozione e la commercializzazione dell’offerta turistica. L’intervento sarà costruito sul modello della Linea B del Progetto complesso Turismo, cultura e ambiente “Sardegna, un’Isola sostenibile” e include, a titolo esemplificativo, le seguenti azioni: ● Promo commercializzazione dei prodotti turistici e delle esperienze (Sardegna il Cuore) ● Implementazione della piattaforma dell’offerta turistica dei prodotti e delle esperienze del territorio ● Network di produzioni locali con immagine coordinata congiunta ● Organizzazione di eventi locali/itineranti per promuovere l’offerta turistica del territorio
Eventuali elementi di flessibilità / semplificazione proposti: non rilevati

Azione ordinaria 2

Ambito tematico (P/S): P - Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali
Codice Intervento PSP: SRE04
Denominazione PSP: Start-up non agricole
Descrizione/ Finalità L'intervento intende supportare l'avviamento di cinque nuove attività imprenditoriali finalizzate a: ● Creare un sistema di car sharing sostenibile, un «Uber locale» che permetta gli spostamenti tra aree distanti tra loro ● Garantire la gestione di siti archeologici, museali, complessi culturali ● Garantire la gestione della piattaforma di promo commercializzazione dell'offerta turistica territoriale
Eventuali elementi di flessibilità / semplificazione proposti: non rilevati

Azioni specifiche

Ambito tematico (P/S)	Denominazione Azione specifica
P - Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali	La destinazione turistica (DMO) Sardegna il Cuore BMG: costruzione della governance pubblico/privata
	Reti di imprese per la promo-commercializzazione dell'offerta
	Diffusione della conoscenza e promozione dell'offerta della DMO Sardegna il Cuore BMG

Azioni di cooperazione

Ambito tematico (P/S)	Denominazione Azione di cooperazione
P - Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali	DINOVI (Digital Nomads Villages): un progetto transnazionale per promuovere l'accoglienza dei nomadi digitali nelle aree rurali d'Europa
	Water Experiences-Festival internazionale di valorizzazione delle acque interne
	Sardegna il Cuore II
	I cammini dello spirito
	Terroir Wine Experience



Scheda Azione Specifica 1

AS1.1 Titolo dell'azione specifica

La destinazione turistica (DMO) Sardegna il Cuore BMG: costruzione della governance pubblico/privata

AS1.2. Motivazioni

L'azione di sistema risponde in modo coerente alle **esigenze di sviluppo espresse** durante il percorso partecipativo e alle criticità rilevate in sede di analisi strategica del contesto territoriale, in particolare alla volontà di **valorizzare le peculiarità ambientali del territorio ed il patrimonio naturalistico, agroalimentare, culturale e artigianale** dell'area, migliorare la **qualità e l'organizzazione dell'offerta turistica**, stimolare il **coinvolgimento della comunità locale** e favorire la **creazione di reti** e la collaborazione tra **soggetti pubblici e privati** per generare nuovi processi di sviluppo locale.

A questo proposito si è scelto di promuovere un'azione che rispondesse in maniera coerente a tali elementi e che proseguisse e integrasse l'esperienza del **progetto "Sardegna - Il Cuore"**, realizzata nell'ambito della precedente programmazione. Il progetto, finanziato da Sardegna Ricerche, aveva l'obiettivo di creare un piano per sviluppare il turismo nella Sardegna interna, in linea con le strategie regionali e provinciali, orientato a **rendere fruibili al turista contemporaneo le aree interne della Sardegna**, le sue tradizioni e i suoi ritmi durante l'intero arco dell'anno. Il territorio interessato è quello delle tre Barbagie - Ollolai, Belvì e Seulo - del Mandrolisai, del Gennargentu, del Sarcidano, del Guilcier e del Barigadu, connessi tra loro non solo geograficamente e storicamente, ma anche simili per potenzialità, risorse, valenza turistica e posizione.

Il progetto mira a organizzare e costruire **un'offerta omogenea a 360°**, user-friendly, dove il turista può personalizzare il proprio pacchetto esperienziale rispetto a interessi, tempi di permanenza, budget e stagionalità attraverso un modello DIY (Do It Yourself) digitale. La forte componente tecnologica è alla base del progetto Sardegna - Il Cuore, che supera le barriere fisiche attraverso l'ICT, la qualità e organizzazione dell'offerta al fine di incrementare arrivi e presenze nei territori dell'interno di un turismo qualificato, sensibile ai principi di sostenibilità, tendenzialmente a maggior propensione di spesa, più incline alla scoperta del territorio e all'autenticità dell'esperienza turistica.

Il fine ultimo è quello di **elevare la qualità della vita ed il benessere degli abitanti**, che si sentano possessori di un valore culturale da condividere col turista che in punta di piedi entra in questi luoghi con la curiosità di chi vuole scoprire e beneficiare del ritmo e dello spirito del luogo e preservare l'autenticità al tempo stesso.

Il benessere degli abitanti non passa solo attraverso la preservazione del patrimonio esistente, ma anche attraverso uno stimolo dell'economia locale, e quindi un incremento del PIL, possibile mediante l'incremento della domanda dei prodotti di questo territorio, sia nei settori direttamente correlati all'esperienza turistica sia nei settori trasversali come i settori dell'agroalimentare e dell'artigianato.

AS1.3. Finalità e descrizione dell'azione specifica

Una destinazione turistica è un sistema complesso composto da attori e stakeholder pubblici e privati, che deve essere in grado di organizzarsi efficacemente per essere competitivo. La **governance nel turismo** è da intendersi come un processo aperto e generativo rivolto a costruire relazioni di cooperazione e collaborazione.

L'azione di sistema è finalizzata ad **accompagnare questo processo e a creare una rete territoriale solida tra istituzioni, imprese, professionisti, associazioni per lo sviluppo locale sostenibile**. L'azione si integra e rafforza le azioni ordinarie di cooperazione per lo sviluppo locale.

Gli **obiettivi** dell'azione di sistema mirano a:

- valorizzare il patrimonio culturale, paesaggistico, agroalimentare dell'intera area, attraverso il miglioramento della qualità e dell'organizzazione delle strutture e dei servizi di informazione e accoglienza dei flussi turistici;
- stimolare le relazioni fra gli attori locali e la partecipazione delle comunità allo sviluppo locale per rafforzare il capitale sociale;
- accompagnare e consolidare la cooperazione pubblico/privata nel territorio;
- favorire cambiamenti strutturali, intesi come nuovi processi e modelli organizzativi negli enti locali e nelle imprese, per una gestione e un uso sostenibile delle risorse territoriali;
- programmazione, calendarizzazione e condivisione dell'offerta culturale e di eventi territoriali.

AS1.4. Descrizione delle attività previste

Si riporta a seguire una descrizione sintetica delle **attività** previste:

- creazione e operatività di un soggetto pubblico-privato, di carattere sovra locale che agisca nel territorio dei 19 Comuni del GAL, attraverso la costruzione del prodotto-destinazione e lo sviluppo di differenti prodotti turistici. L'organismo si occupa in modo efficiente ed efficace di programmazione strategica, di comunicazione, di marketing e promozione dell'offerta per una gestione turistica del territorio integrata. Incentra l'azione sullo sviluppo di un turismo sostenibile di qualità e sulla creazione di un panel di proposte riconoscibili e originali integrando cultura, agricoltura e artigianato e valorizzando le eccellenze territoriali.

Nelle attività verranno coinvolti attori pubblici e privati, come: il partenariato pubblico di Sardegna il Cuore (GAL Distretto Rurale BMG, Unione dei Comuni Barbagia, Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai, Comunità Montana Sarcidano Barbagia di Seulo, Provincia di Nuoro, Camera di Commercio Nuoro CCIAA, Consorzio BIM Taloro, Distretti Rurali) e le imprese e reti di imprese del territorio (turistiche, culturali, agroalimentari, artigianali e manifatturiere).

AS1.5. Risultati attesi

Si elencano a seguire i **risultati attesi** del progetto:

- una consolidata cooperazione e collaborazione tra soggetti pubblici e privati nel territorio;
- lo sviluppo di nuovi processi e modelli organizzativi negli enti locali e nelle imprese, per una gestione e un uso sostenibile delle risorse territoriali;
- la nascita di un soggetto pubblico-privato che promuova una gestione turistica integrata del territorio;
- un'efficace governance della DMO per lo sviluppo di un turismo sostenibile di qualità;
- stimulate relazioni fra gli attori locali e il coinvolgimento e la partecipazione delle comunità allo sviluppo locale.

Al fine di misurare l'impatto generato, si riporta una quantificazione numerica dei principali **indicatori di risultato**:

- n. 1 organismo pubblico-privato che si occupa in modo efficiente ed efficace di programmazione strategica, di comunicazione, di marketing, promozione commercializzazione dell'offerta per una gestione turistica del territorio integrata;
- n. 22 amministrazioni pubbliche coinvolte
- n. 60 imprese private coinvolte

AS1.6. Grado di innovazione

L'innovatività dell'azione di sistema è data dalla capacità di stimolare l'attivazione di un processo generativo di dialogo e collaborazione tra attori pubblici e privati finalizzato a creare un **partenariato pubblico-privato** e a favorire lo sviluppo di **nuovi processi e modelli organizzativi nei soggetti pubblici e nelle imprese**.

L'azione innovativa proposta dal GAL BMG prosegue e amplia l'attuazione del Progetto complesso Turismo, cultura e ambiente "Sardegna, un'Isola sostenibile", finanziato dall'asse I – Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico e Innovazione del Programma Operativo Regionale FESR 2014-2020 - Azione 1.2.2 – Supporto alla realizzazione di progetti complessi di attività di ricerca e sviluppo su aree tematiche di rilievo e all'applicazione di soluzioni tecnologiche funzionali alla realizzazione delle strategie di S3.

Sardegna Ricerche con il Bando del Progetto complesso, pubblicato nel dicembre 2019 e prorogato a causa della pandemia Covid fino a novembre 2020, ha inteso supportare l'innovazione di prodotto e di processo in ambito turistico a livello locale e regionale, incentivando la **creazione di reti tra imprese, con l'obiettivo di ampliare l'offerta turistica sostenibile con lo sviluppo e il consolidamento di prodotti diversificati e la creazione di un efficace sistema di governance territoriale del settore**, nell'ottica di una destinazione più attrattiva e competitiva. L'intervento ha attivato due Linee di azione specificatamente rivolte al livello territoriale sovralocale: la Linea A per la sperimentazione di organizzazioni pubblico-private di sviluppo turistico di carattere sovralocale con compiti di governance territoriale e di definizione dei piani di sviluppo turistico; la Linea B per il supporto alla creazione di reti tra operatori economici privati di un territorio sovralocale (rete di imprese territoriale) con lo scopo di sviluppare nuovi modelli di business che facilitino la commercializzazione dell'offerta/esperienza turistica del territorio, in raccordo con le organizzazioni pubblico-private di cui alla Linea A.

Nel territorio del GAL BMG è stato realizzato il Progetto Sardegna il Cuore, Linea A, che ha riguardato la realizzazione di un piano per sviluppare il turismo nella Sardegna interna, partendo dalle specificità del territorio, con l'obiettivo di organizzare e valorizzare l'offerta turistica. L'area è quella delle 3 Barbagie, Ollolai, Belvi e Seulo, del Mandrolisai, del Gennargentu, del Sarcidano, del Guilcier



e del Barigadu: territori connessi tra loro non solo geograficamente e storicamente, simili per potenzialità, risorse, valenza turistica e posizione.

Il progetto era stato strutturato in modo da generare partnership tra operatori pubblici e privati di Linea A e Linea B.

Il GAL BMG include nella propria strategia 2023-2027 un'azione simile alla Linea B, che purtroppo non è riuscita a costituirsi nel territorio del GAL BMG, contribuendo così al raggiungimento dell'obiettivo specifico del Progetto complesso Turismo, cultura e ambiente "Sardegna, un'Isola sostenibile", finanziato dall'asse I – Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico e Innovazione del Programma Operativo Regionale FESR 2014-2020 - Azione 1.2.2.

L'azione specifica è coerente con i seguenti progetti realizzati dalla Provincia di Nuoro:

- Il **progetto Visit Nuorese**, finanziato dalla Regione Autonoma della Sardegna, all'interno dell'Accordo di Programma Quadro (APQ) 'Piano Straordinario di Rilancio del Nuorese', sostenuto con i fondi POR FESR SARDEGNA 2014-2020 con l'azione 6.8.3 - mira alla creazione di un sistema di offerta sostenibile che valorizzi le peculiarità del territorio e risponda alle motivazioni ed alle nuove esigenze del consumatore. Un'unica destinazione turistica, denominata "Sardegna East Land", quella porzione di terra che si estende lungo la costa est della Sardegna delimitata a occidente dall'entroterra montano e caratterizzata da una diversificazione paesaggistica che la rende, in un certo qual senso, unica. L'area si estende per 5.638,02 Km² e abbraccia 74 Comuni e costituisce un'offerta integrata di prodotti e servizi in grado di soddisfare anche i turisti più esigenti;

- **Cambio Via** è un progetto finanziato dal PC Italia Francia Marittimo 2014-2020 e si pone l'obiettivo di promuovere un modello economico per le aree rurali basato sui suoi valori sociali ed ambientali; valorizzare i prodotti tradizionali, i luoghi di produzione e gli itinerari collegati, per favorirne il posizionamento sui mercati; costruire relazioni virtuose e reti con le aree urbanizzate e i consumatori più attenti; offrire motivi di attrazione turistica e di fruizione naturalistica e culturale. L'obiettivo è rilanciare le comunità locali da un punto di vista culturale, economico e sociale, sostenendo percorsi di consapevolezza che garantiscano il valore ecosistemico di servizi e prodotti locali di qualità.

La quasi totale assenza di reti territoriali orizzontali e verticali e di sistemi di governance pubblico-privati nell'area del GAL BMG, nonché delle realtà imprenditoriali individuate nell'azione dedicata alle start-up non agricola, rende le azioni previste nella SSL innovative per il territorio.

L'innovatività dell'azione specifica è stata certificata dalla Dott.ssa Fabrizia Sanna, Dirigente del Settore Programmazione e Sviluppo della Provincia di Nuoro (Allegato E).

AS1.7. Coerenza del progetto con la Strategia di Sviluppo Locale

Gli obiettivi dell'azione di sistema, sopra elencati, concorrono in maniera coerente al raggiungimento degli obiettivi della Strategia di Sviluppo Locale e alla scelta di investire nell'ambito tematico "Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali, finalizzata alla valorizzazione delle eccellenze territoriali (agroalimentari, artigianali, culturali) in chiave turistica. La Strategia di Sviluppo Locale, tra le altre cose, mira infatti a **favorire la creazione di reti** territoriali tra imprese, istituzioni, terzo settore, cittadini e altri stakeholder, beneficiari delle azioni previste, e a rafforzare, consolidare e promuovere in maniera integrata reti territoriali esistenti. In quest'ottica l'azione di sistema risulta essere pienamente coerente, data la sua finalità di stimolare le relazioni fra gli attori locali, pubblici e privati e lo sviluppo di processi di capacity building dei **partenariati locali**, per una **più efficiente gestione delle risorse territoriali** in chiave turistica che genera **ricadute positive economiche, sociali e ambientali per le comunità locali** coinvolte.

AS1.8. Cronoprogramma delle attività

Data prevista inizio progetto: giugno 2024

Data prevista fine progetto: giugno 2025

Durata del progetto in mesi: 12

Scheda Azione Specifica 2

AS1.1 Titolo dell'azione specifica

Reti di imprese per la promo-commercializzazione dell'offerta

AS1.2. Motivazioni

Obiettivo dell'azione di sistema è lo sviluppo di **sinergie e alleanze tra operatori del settore turistico, agroalimentare, culturale, artigianale e l'accompagnamento alla costituzione delle reti di imprese** al fine di garantire un miglioramento della qualità e dell'organizzazione dell'offerta della destinazione. A questo proposito, l'azione di sistema è coerente con gli elementi emersi durante l'analisi strategica e dei fabbisogni territoriali, realizzata durante il percorso partecipativo. Elementi che richiamano la necessità di sensibilizzare le imprese sull'importanza del lavoro in rete e favorire la creazione di reti tra imprese di diversi settori, soprattutto tra quelle che offrono servizi culturali e turistici nel territorio al fine di promuovere turismo esperienziale e i settori dell'artigianato e dell'agroalimentare; accompagnare le reti dopo la loro nascita; **organizzare, programmare, calendarizzare e condividere l'offerta del prodotto turistico e culturale; promuovere l'offerta ricettiva** e creare un **marchio qualitativo** delle strutture ricettive al fine di favorire **l'attrattività e il benessere della destinazione**, sia per chi la visita ma anche per chi la abita.

AS1.3. Finalità e descrizione dell'azione specifica

L'innovazione nel modello di gestione della destinazione turistica, che si realizza con la **creazione della DMO territoriale**, deve prevedere lo sviluppo di modelli innovativi di business, attraverso reti d'impresa, che permettano alleanze strategiche tra le aziende, e una maggiore facilità di commercializzazione dell'offerta turistica del territorio (DMC).

Oggi ogni soggetto opera in modo indipendente, con prospettive diverse, senza comunicazione inter partes e senza una visione strategica comune, generando una dispersione notevole di sforzi e risorse e inficiando il raggiungimento di risultati positivi concreti per il territorio.

Inoltre, l'innovazione dei processi e della gestione delle risorse richiama la necessità di sviluppare dei piani di miglioramento della qualità integrale della destinazione, capaci di incentivare il **rinnovamento dell'offerta di prodotti e delle strutture** ricettive, e favorire la "pacchettizzazione" dinamica dell'offerta turistica.

L'azione di sistema è finalizzata ad **accompagnare la creazione di reti di imprese e il miglioramento della sostenibilità e qualità di servizi e prodotti**. L'azione si integra e rafforza le azioni ordinarie di cooperazione per lo sviluppo locale.

Gli **obiettivi** dell'azione di sistema mirano a:

- favorire lo scambio tra operatori dei diversi settori per stimolare la conoscenza reciproca e degli attrattori territoriali;
- attivare e rafforzare le sinergie per l'organizzazione dell'offerta turistica poli-prodotto;
- migliorare sostenibilità e qualità dei servizi e prodotti dell'offerta locale;
- incrementare l'erogazione e la fruibilità dei beni e servizi territoriali per la loro trasformazione in valore sociale ed economico.

AS1.4. Descrizione delle attività previste

Si riporta a seguire una descrizione sintetica delle **attività** previste:

- accompagnamento alla costituzione delle reti di imprese tra operatori del settore turistico, agroalimentare, culturale, artigianale (Linea B S3 Turismo, cultura, ambiente)
- creazione di un marchio qualitativo delle strutture ricettive e dei ristoranti tipici che propongono prodotti tradizionali
- realizzazione di incontri di scambio di conoscenza del territorio, delle sue eccellenze, delle buone pratiche anche attraverso un educational Tour per favorire la conoscenza tra operatori turistici
- pianificazione e calendarizzazione integrata delle esperienze

Nelle attività verranno coinvolte le imprese e reti di imprese del territorio (turistiche, culturali, agroalimentari, artigianali e

manifatturiere).

AS1.5. Risultati attesi

Si elencano a seguire i **risultati attesi** del progetto:

- una migliorata conoscenza, un favorito scambio e sinergie rafforzate tra operatori di diversi settori (turistico, culturale, agroalimentare, artigianale);
- la costituzione di nuove reti di imprese tra operatori;
- il consolidamento delle reti di imprese esistenti;
- la creazione di un marchio qualitativo delle strutture ricettive e dei ristoranti che propongono prodotti tipici del territorio agroalimentari o artigianali;
- una migliorata organizzazione del prodotto turistico e dell'offerta culturale;
- valorizzate eccellenze territoriali del territorio ed il patrimonio naturalistico, agroalimentare, culturale e artigianale dell'area.

Al fine di misurare l'impatto generato, si riporta una quantificazione numerica dei principali **indicatori di risultato**:

- n. 1 o 2 reti di imprese costituite e/o consolidate
- n. 1 marchio qualitativo delle strutture ricettive e dei ristoranti che propongono prodotti tipici
- n. 1 calendario dell'offerta di esperienze territoriali
- n. 8/10 incontri di scambio di conoscenza/educational tour tra operatori locali

AS1.6. Grado di innovazione

Come già definito nell'azione precedente, l'azione di sistema dedicata alle **reti di imprese per la promo-commercializzazione dell'offerta** prosegue l'esperienza avviata attraverso il Progetto complesso Turismo, cultura e ambiente "Sardegna, un'Isola sostenibile", in particolare nell'incentivare la creazione di rete tra imprese, con l'obiettivo di **ampliare l'offerta turistica sostenibile** con lo sviluppo e il consolidamento di **prodotti diversificati** e la creazione di un efficace **sistema di governance territoriale** del settore, nell'ottica di una **destinazione più attrattiva e competitiva**.

Come anticipato, la Linea B - non finanziata - mirava al supporto alla creazione di reti tra operatori economici privati di un territorio sovrallocale (rete di imprese territoriale) con lo scopo di sviluppare nuovi modelli di business che facilitassero la commercializzazione dell'offerta/esperienza turistica del territorio, in raccordo con le organizzazioni pubblico-private di cui alla Linea A (realizzata attraverso il Progetto Sardegna il Cuore). Attraverso questa azione specifica il GAL BMG intende proporre un'azione simile alla Linea B, che purtroppo non è riuscita a costituirsi nel territorio del GAL BMG.

L'azione specifica è coerente con i seguenti progetti realizzati dalla Provincia di Nuoro:

- Il progetto Visit Nuorese, finanziato dalla Regione Autonoma della Sardegna, all'interno dell'Accordo di Programma Quadro (APQ) 'Piano Straordinario di Rilancio del Nuorese', sostenuto con i fondi POR FESR SARDEGNA 2014-2020 con l'azione 6.8.3 - mira alla creazione di un sistema di offerta sostenibile che valorizzi le peculiarità del territorio e risponda alle motivazioni ed alle nuove esigenze del consumatore. Un'unica destinazione turistica, denominata "Sardegna East Land", quella porzione di terra che si estende lungo la costa est della Sardegna delimitata a occidente dall'entroterra montano e caratterizzata da una diversificazione paesaggistica che la rende, in un certo qual senso, unica. L'area si estende per 5.638,02 Km² e abbraccia 74 Comuni e costituisce un'offerta integrata di prodotti e servizi in grado di soddisfare anche i turisti più esigenti;
- Cambio Via è un progetto finanziato dal PC Italia Francia Marittimo 2014-2020 e si pone l'obiettivo di promuovere un modello economico per le aree rurali basato sui suoi valori sociali ed ambientali; valorizzare i prodotti tradizionali, i luoghi di produzione e gli itinerari collegati, per favorirne il posizionamento sui mercati; costruire relazioni virtuose e reti con le aree urbanizzate e i consumatori più attenti; offrire motivi di attrazione turistica e di fruizione naturalistica e culturale. L'obiettivo è rilanciare le comunità locali da un punto di vista culturale, economico e sociale, sostenendo percorsi di consapevolezza che garantiscano il valore ecosistemico di servizi e prodotti locali di qualità.

La quasi totale assenza di reti territoriali orizzontali e verticali e di sistemi di governance pubblico-privati nell'area del GAL BMG, nonché delle realtà imprenditoriali individuate nell'azione dedicata alle start-up non agricola, rende le azioni previste nella SSL innovative per il territorio.

L'innovatività dell'azione specifica è stata certificata dalla Dott.ssa Fabrizia Sanna, Dirigente del Settore Programmazione e Sviluppo della Provincia di Nuoro (Allegato E).

AS1.7. Coerenza del progetto con la Strategia di Sviluppo Locale

L'azione di sistema sopra descritta risponde in modo coerente agli obiettivi posti dalla Strategia di Sviluppo Locale, proprio per la sua finalità di creare, **consolidare e accompagnare reti territoriali tra imprese e organizzare le funzioni turistiche** dell'area rurale del GAL BMG attraverso il miglioramento dell'offerta turistica. A questo proposito l'azione svolge un **ruolo strategico nel restituire vitalità al territorio**, stimolando la partecipazione delle comunità locali allo sviluppo locale e **favorendo processi di cooperazione**, animazione territoriale e rafforzamento delle connessioni tra soggetti privati.

AS1.8. Cronoprogramma delle attività

Data prevista inizio progetto: giugno 2024

Data prevista fine progetto: giugno 2025

Durata del progetto in mesi: 12

Scheda Azione Specifica 3

AS1.1 Titolo dell'azione specifica

Diffusione della conoscenza e promozione dell'offerta della DMO Sardegna il Cuore

AS1.2. Motivazioni

Molti dei fabbisogni emersi in fase di analisi strategica, nonché elementi di criticità del contesto - riportati a seguire - trovano coerente risposta negli obiettivi posti dall'azione di sistema: tra questi spicca la necessità espressa dai partecipanti di dare maggior visibilità all'area e di **incrementare l'attrattività** del territorio, permettendone una conoscenza più approfondita delle eccellenze territoriali, anche all'esterno. A questo proposito molti contributi emersi vertevano nella direzione di favorire la **conoscenza dei prodotti tipici al di là del territorio**, acquisire maggior **consapevolezza sulla qualità dei propri prodotti** ed essere in grado di raccontarli e promuoverli fuori dai confini territoriali, nell'ottica di un **potenziamento delle attività di promozione integrate, di comunicazione strategica e di marketing territoriale**, allo scopo di attrarre nuovi visitatori (e investitori), ma anche **target specifici di turisti, attenti ai valori della sostenibilità** e orientati a vivere un'esperienza turistica che metta al centro la comunità locale e la promozione di una migliore qualità della vita rurale.

AS1.3. Finalità e descrizione dell'azione specifica

Concluse le azioni di costruzione della DMO territoriale e di attivazione delle reti di imprese che erogano un'offerta poli-prodotto integrata e di qualità, e organizzata l'offerta attraverso le azioni ordinarie, diventa rilevante attivare un'**azione di disseminazione e promozione** congiunta dell'offerta territoriale nelle aree urbane maggiormente abitate dell'isola.

Gli **obiettivi** dell'azione di sistema mirano a:

- attivare sinergie e complementarità fra aree rurali e aree urbane;
- incrementare la visibilità e favorire la conoscenza delle eccellenze del territorio del GAL;
- attrarre nuovi visitatori e potenziali investitori;
- promuovere la destinazione turistica territoriale;
- incrementare il benessere della comunità e l'economia dell'area rurale del GAL BMG.

AS1.4. Descrizione delle attività previste

Si riporta a seguire una descrizione sintetica delle **attività** previste:

- Eventi pubblici itineranti promozionali per far conoscere e sperimentare l'offerta della Destinazione turistica nelle aree urbane di Nuoro, Città Metropolitana di Cagliari, Rete Metropolitana di Sassari con attività di mostra mercato delle eccellenze del territorio, laboratori esperienziali, laboratori del gusto, esperienze virtuali degli itinerari della conoscenza creati, presentazione della piattaforma di promo-commercializzazione, seminari tematici e workshop di riflessione sul tema del turismo sostenibile nelle aree rurali.

AS1.5. Risultati attesi

Si elencano a seguire i **risultati attesi** del progetto:

- attivate sinergie tra aree rurali e aree urbane dell'isola
- migliorata promozione dell'offerta territoriale attraverso la realizzazione di eventi promozionali di presentazione dell'offerta della Destinazione turistica nelle maggiori aree urbane
- incrementata visibilità della destinazione e delle sue peculiarità ambientali, naturalistiche, culturali, enogastronomiche e artigianali
- incrementati i flussi turistici e la domanda turistica verso il territorio

Al fine di misurare l'impatto generato, si riporta una quantificazione numerica dei principali **indicatori di risultato**:

- n. 3 eventi pubblici di disseminazione itineranti promozionali per far conoscere e sperimentare l'offerta con attività di:
 - n. 4 seminari tematici e workshop di riflessione sul tema del turismo sostenibile nelle aree rurali.
 - n. 3 mostre mercato delle eccellenze del territorio
 - n. 8 laboratori esperienziali
 - n. 3 esperienze virtuali degli itinerari della conoscenza creati
 - n. 3 influencer/travel blogger coinvolti

AS1.6. Grado di innovazione

L'azione di sistema sopra descritta risulta essere innovativa per la sua capacità di stimolare l'attivazione di **sinergie tra aree interne e aree urbane** maggiormente popolate dell'isola e di restituire maggior visibilità alla Destinazione turistica attraverso la realizzazione di eventi di promozione dell'offerta territoriale e di **valorizzazione di tutte le specificità** di pregio e le eccellenze territoriali in ambito ambientale, naturalistico, culturale, enogastronomico e artigianale.

L'azione specifica è coerente con i seguenti progetti realizzati dalla Provincia di Nuoro:

● Il progetto Visit Nuorese, finanziato dalla Regione Autonoma della Sardegna, all'interno dell'Accordo di Programma Quadro (APQ) 'Piano Straordinario di Rilancio del Nuorese', sostenuto con i fondi POR FESR SARDEGNA 2014-2020 con l'azione 6.8.3 - mira alla creazione di un sistema di offerta sostenibile che valorizzi le peculiarità del territorio e risponda alle motivazioni ed alle nuove esigenze del consumatore. Un'unica destinazione turistica, denominata "Sardegna East Land", quella porzione di terra che si estende lungo la costa est della Sardegna delimitata a occidente dall'entroterra montano e caratterizzata da una diversificazione paesaggistica che la rende, in un certo qual senso, unica. L'area si estende per 5.638,02 Km² e abbraccia 74 Comuni e costituisce un'offerta integrata di prodotti e servizi in grado di soddisfare anche i turisti più esigenti;

● Cambio Via è un progetto finanziato dal PC Italia Francia Marittimo 2014-2020 e si pone l'obiettivo di promuovere un modello economico per le aree rurali basato sui suoi valori sociali ed ambientali; valorizzare i prodotti tradizionali, i luoghi di produzione e gli itinerari collegati, per favorirne il posizionamento sui mercati; costruire relazioni virtuose e reti con le aree urbanizzate e i consumatori più attenti; offrire motivi di attrazione turistica e di fruizione naturalistica e culturale. L'obiettivo è rilanciare le comunità locali da un punto di vista culturale, economico e sociale, sostenendo percorsi di consapevolezza che garantiscano il valore ecosistemico di servizi e prodotti locali di qualità.

La quasi totale assenza di reti territoriali orizzontali e verticali e di sistemi di governance pubblico-privati nell'area del GAL BMG, nonché delle realtà imprenditoriali individuate nell'azione dedicata alle start-up non agricola, rende le azioni previste nella SSL innovative per il territorio.

L'innovatività dell'azione specifica è stata certificata dalla Dott.ssa Fabrizia Sanna, Dirigente del Settore Programmazione e Sviluppo della Provincia di Nuoro (Allegato E).

AS1.7. Coerenza del progetto con la Strategia di Sviluppo Locale

Gli obiettivi posti dall'azione di sistema risultano essere complementari e sinergici rispetto alle finalità della Strategia di Sviluppo Locale, poiché mirano, attraverso la realizzazione di **eventi promozionali** nelle maggiori aree urbane, a incrementare la visibilità e l'attrattività dell'area territoriale, migliorarne il **posizionamento sul mercato** e favorire il dialogo e lo scambio tra zone urbane e l'entroterra, intercettando **nuovi flussi turistici** incentrati sulla sostenibilità, sui ritmi lenti, sulla genuinità dei prodotti locali e sui legami autentici delle comunità.

In termini di impatto generato, l'azione mira a rafforzare **l'identità e la competitività dell'area** e le relazioni e gli scambi fra le zone rurali e urbane, di fatto incrementando le **opportunità lavorative** offerte dal turismo e dall'accoglienza e contribuendo a **contrastare fenomeni di spopolamento e abbandono**, emersi, in fase di analisi strategica del contesto, come elementi critici e fattori di rischio in tutti gli ambiti tematici analizzati.

AS1.8. Cronoprogramma delle attività

Data prevista inizio progetto: gennaio 2027

Data prevista fine progetto: dicembre 2027

Durata del progetto in mesi: 11

Scheda Azione di Cooperazione 1

C1.1. Titolo del progetto di cooperazione

DINOVI (Digital Nomads Villages): un progetto transnazionale per promuovere l'accoglienza dei nomadi digitali nelle aree rurali d'Europa

C1.2. Tipologia del progetto di cooperazione

Transnazionale

C1.3. Motivazioni

Il progetto intende rafforzare, attraverso la conoscenza, il confronto e lo studio delle *Best Practices*, la Strategia di Sviluppo Locale del GAL BMG. L'iniziativa si pone in linea di continuità con il progetto di cooperazione transnazionale Enport Beta, mirato alla **creazione e promozione di modelli ospitali e pacchetti turistici basati sui principi dello sviluppo sostenibile** e con il progetto Sardegna il Cuore, volto a rendere fruibili al Turista Contemporaneo le aree interne della Sardegna, le sue tradizioni e i suoi ritmi durante l'intero arco dell'anno.

Il progetto risponde, in particolare, ai seguenti fabbisogni strategici:

- Organizzare l'offerta del prodotto turistico
- Puntare su altre tipologie di turismo (es. nomadi digitali)
- Promuovere l'offerta ricettiva e indirizzarla a target specifici
- Condividere l'offerta culturale dei territori

C1.4. Partner

Il partenariato è composto da quattro GAL del Centro-Sardegna (GAL BMG, GAL MARGHINE, GAL NUORESE-BARONIA, GAL BARBAGIA) e quattro GAL situati in aree rurali dell'Europa: Finlandia, Romania, Grecia e Cipro. I partner stranieri saranno individuati in una fase successiva tramite lo European Network for Rural Development.

C1.5. Finalità e descrizione del progetto di cooperazione

Le aree rurali, soprattutto in seguito alla pandemia dovuta al Covid-19, sono diventate la meta privilegiata di un target costantemente in crescita: quello dei **nomadi digitali**. I nomadi digitali sono circa 35 milioni nel mondo, hanno un'età media di 32 anni, uno stipendio medio annuale di 110.000 euro e cercano le cose che nelle aree rurali rappresentano i principali punti di forza: la lentezza, l'autenticità, le relazioni con la comunità, una buona qualità della vita a basso costo, produzioni agro-alimentari di eccellenza e ambienti incontaminati. Nondimeno, i nomadi digitali cercano anche una connessione internet stabile, servizi sanitari efficienti, spazi di co-working e co-living e altri servizi.

Il progetto mira a **preparare le comunità e gli operatori turistici coinvolti a nuove forme di turismo e promuovere l'accoglienza dei nomadi digitali** nelle aree rurali d'Europa.

C1.6. Risultati attesi a livello locale

Il progetto permetterà di rafforzare le strategie attuate dal GAL attraverso il proprio Piano di Azione Locale, al fine di favorire la **costruzione di partenariati e relazioni fra territori**, migliorare il potenziale progettuale e relazionale dei GAL, valorizzare lo scambio di esperienze tra attori pubblici e privati dei territori e favorire la realizzazione congiunta di azioni concrete di sviluppo locale e di promozione dei territori rurali.

I **risultati attesi** sono:



- Maggiore conoscenza in materia di turismo e nomadi digitali da parte dei partecipanti e degli attori pubblici e privati coinvolti
- Esperienza maturata dai partner in tema di cooperazione transnazionale
- Nuove forme di turismo sviluppate
- Nuovi prodotti turistici creati
- Nuove reti di collaborazione
- Nuove imprese innovative

Si elencano, a titolo esemplificativo, alcuni **indicatori di risultato**:

- n. 1 Vademecum sull'accoglienza dei nomadi digitali
- n. 1 guida dei territori per i nomadi digitali
- n. 80 persone coinvolte in attività formative/informative
- n. 8 prodotti turistici dedicati ai nomadi digitali ideati

C1.7. Descrizione delle attività previste a livello comune e locale

FASE PREPARATORIA

Ricerca dei partner, visite di programmazione preliminari e predisposizione e firma accordo di partenariato

AZIONI TRASVERSALI

WP1 Project Management

WP2 Comunicazione

AZIONI COMUNI

C.A.1 Organizzazione di 6 seminari internazionali sul nomadismo digitale nelle aree rurali (2 in Sardegna -il primo e l'ultimo- e 4 all'estero).

Nei seminari saranno affrontati temi quali la connessione internet/banda larga, servizi sanitari (es. le opportunità della telemedicina), mobilità, spazi di co-working e co-living, tempo libero e coinvolgimento della comunità ospitante. Saranno invitati come relatori esperti del settore. Il target sarà rappresentato da cittadini, giovani, imprese, operatori turistici, istituzioni locali e regionali, ASL, ARST, scuole, studenti universitari, ecc.

CA2 Case study: Digital Nomads Village Project in Madeira

Visita a Ponta do Sol, il primo e più importante villaggio per nomadi digitali in Europa. A Madeira ha sede, infatti, un «villaggio per nomadi digitali», che ha trasformato Ponta do Sol in un paradiso per smart worker alla ricerca di un posto dalle dimensioni umane e pieno di natura in cui continuare a lavorare con tutti i comfort.

CA3 Elaborazione di un Vademecum sull'accoglienza dei nomadi digitali

Sarà elaborato e messo a disposizione degli operatori turistici un vademecum con indicazioni utili per l'accoglienza del target specifico.

AZIONI LOCALI

LA1 Incontri di animazione/informazione/formazione settoriali (Istituzioni, operatori turistici, servizi sanitari, associazioni, ecc.)

LA2 Realizzazione di una Guida multimediale del territorio (in lingua italiana e inglese) per il nomade digitale, con indicazione dei servizi disponibili, punti di interesse, spazi di co-working ecc.

LA2 Training/Workshop rivolto ai giovani del territorio per la creazione di start-up che si occupino di organizzare e promuovere l'offerta turistica per nomadi digitali (sul modello di Madeira Start-Up).

C1.8. Coerenza del progetto con la Strategia di Sviluppo Locale

L'azione di cooperazione, mirando a promuovere nuove forme di turismo sostenibile e nuovi modelli di ospitalità, concorre in maniera coerente al raggiungimento degli obiettivi della Strategia di Sviluppo Locale e alla scelta di investire nell'ambito tematico "Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali". L'azione, infatti, interviene sulla capacità di **accoglienza da parte delle comunità** coinvolte che saranno preparate a ospitare **nuovi target di turisti** come quelli dei nomadi digitali, sempre più alla ricerca di un equilibrio vita-lavoro sostenibile e sano. Come emerso in sede di analisi strategica, il territorio del GAL BMG rappresenta una meta attraente per quel target turistico interessato a vivere in un contesto rurale, che garantisce ritmi più lenti rispetto ad un contesto urbano. Inoltre, le azioni locali rivolte ai giovani del territorio, finalizzate alla creazione di start-up che si occupino di **organizzare e promuovere l'offerta turistica per nomadi digitali**, si coniugano perfettamente con la necessità di contrastare fenomeni - rilevati come endemici del contesto - come lo spopolamento e l'abbandono del territorio da parte dei giovani.

C1.9. Cronoprogramma delle attività

Data prevista inizio progetto: giugno 2024

Data prevista fine progetto: giugno 2026

Durata del progetto in mesi: 24



Scheda Azione di Cooperazione 2

C1.1. Titolo del progetto di cooperazione

Water Experiences-Festival internazionale di valorizzazione delle acque interne

C1.2. Tipologia del progetto di cooperazione

Transnazionale

C1.3. Motivazioni

Il progetto intende potenziare **l'attrattività turistica della Barbagia, del Mandrolisai, del Gennargentu, del Kilkenny (Irlanda) e del Sisteronais-Buëch (Francia)** e, in particolare, delle loro **acque interne, attraverso gli sport all'aria aperta e le attività acquatiche**. L'idea si pone in linea di continuità con il progetto di cooperazione transnazionale OAST (Outdoor and nature Activities for Sustainable Tourism), che, nel 2023, ha permesso a imprese, associazioni sportive e amministratori dell'area GAL BMG di prendere contatti con gli operatori turistici esteri, vedere con i propri occhi le *best practices* dei tre Paesi partner e proiettare la propria impresa ed il territorio in una dimensione internazionale.

I tre territori coinvolti vantano un **patrimonio naturalistico, paesaggistico e culturale ricco e variegato con forti caratteri identitari** ed enormi potenzialità di sviluppo di turismo attivo e sportivo. Tuttavia, sono stati evidenziati alcuni problemi comuni a tutti i partner, quali: l'insufficiente valorizzazione e promozione turistica delle aree interne, l'isolamento, l'assenza di un network internazionale utile per lo scambio di buone prassi e l'insufficiente diversificazione, delocalizzazione, destagionalizzazione e internazionalizzazione dei flussi turistici.

C1.4. Partner

GAL BMG (Capofila), GAL Kilkenny (Irlanda), GAL Sisteronais-Buëch (Francia)-

C1.5. Finalità e descrizione del progetto di cooperazione

L'idea, concepita dal GAL BMG e condivisa dagli altri due GAL europei, nasce dalla necessità di **promuovere forme di turismo sostenibile, attivo, responsabile ed esperienziale**, nonché offrire **soluzioni diversificate e destagionalizzate** adatte ad un numero di turisti attivi in continua crescita.

Attraverso lo scambio di competenze ed il trasferimento di esperienze, conoscenza ed innovazione, il Progetto contribuirà al raggiungimento degli obiettivi generali di miglioramento di qualità della vita nelle aree rurali e sviluppo di turismo che garantisca la tutela e la valorizzazione dell'ambiente e del territorio.

C1.6. Risultati attesi a livello locale

Il progetto permetterà di rafforzare le strategie attuate dal GAL attraverso il proprio Piano di Azione Locale, al fine di favorire la costruzione di partenariati e relazioni fra territori, migliorare il potenziale progettuale e relazionale dei GAL, valorizzare lo scambio di esperienze tra attori pubblici e privati dei territori e favorire la realizzazione congiunta di azioni concrete di sviluppo locale e di promozione dei territori rurali.

I **risultati attesi** sono:

- Maggiore conoscenza in materia di turismo e valorizzazione delle acque interne da parte dei partecipanti e degli attori pubblici e privati coinvolti
- Esperienza maturata dai partner in tema di cooperazione transnazionale
- Nuove forme di turismo sviluppate
- Nuovi prodotti turistici creati
- Nuove reti di collaborazione

Si elencano, a titolo esemplificativo, alcuni **indicatori di risultato**:

- n. 1 Festival internazionale di valorizzazione delle acque interne
- n. 300 partecipanti
- n. 100 persone coinvolte in attività formative/informative
- n. 3 articoli su riviste specializzate
- n. 3 video/esperienze immersive

C1.7. Descrizione delle attività previste a livello comune e locale

Il progetto prevede le seguenti fasi attuative:

FASE PREPARATORIA

Definizione dei contenuti e predisposizione e firma accordo di partenariato

AZIONI TRASVERSALI

WP1 Project Management

WP2 Comunicazione

AZIONI COMUNI

C.A.1 Organizzazione di un Festival internazionale di valorizzazione delle acque interne attraverso lo sport

Il Festival, strutturato in tre tappe (una in Sardegna, una in Francia e una in Irlanda), sarà organizzato sul modello del Festival Esperienze e suoni d'Acqua che, dal 2021, si svolge a settembre a Gavoi, nel lago di Gusana, e vede alternarsi attività legate all'acqua, alla terra e all'aria, con laboratori per adulti e bambini, sport, speech, incontri e concerti con alcuni degli artisti più importanti del panorama sardo e internazionale <https://esperienzefestival.it/>

CA2 Promozione del Festival internazionale e delle destinazioni (Opuscoli, Video, Pagine social, articoli su riviste specializzate)

AZIONI LOCALI

LA1 Educational tour di conoscenza dei laghi e fiumi del territorio

LA2 Formazione operatori: workshop e seminari sulla organizzazione di eventi sportivi e sul turismo attivo/esperienziale

LA3 Eventi locali di valorizzazione dei laghi e fiumi del territorio attraverso lo sport

LA4 Realizzazione di video e acquisto visori per la realizzazione di esperienze immersive (Realtà aumentata)

C1.8. Coerenza del progetto con la Strategia di Sviluppo Locale

L'azione di cooperazione, promuovendo lo **sport come motore per lo sviluppo turistico dell'area**, concorre in maniera coerente al raggiungimento degli obiettivi della Strategia di Sviluppo Locale e alla scelta di investire nell'ambito tematico "Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali". L'esperienza della precedente programmazione ha generato significativi impatti e ha evidenziato la necessità di investire nello sviluppo di forme di turismo alternativo per turisti attivi. Questo al fine di favorire la diversificazione dell'offerta turistica territoriale e l'utilizzo sostenibile e strategico dei laghi e dei fiumi presenti nella zona. L'azione, orientata inoltre a garantire la formazione degli operatori turistici sull'organizzazione di **eventi sportivi e sul turismo attivo** e naturale, genererà nuove **prospettive occupazionali per i giovani** e offrirà ulteriori opportunità di crescita per gli **operatori turistici** già presenti nel territorio.

C1.9. Cronoprogramma delle attività

Data prevista inizio progetto: gennaio 2024

Data prevista fine progetto: gennaio 2026

Durata del progetto in mesi: 24



Scheda Azione di Cooperazione 3

C1.1. Titolo del progetto di cooperazione

Sardegna il Cuore II

C1.2. Tipologia del progetto di cooperazione

Interterritoriale

C1.3. Motivazioni

Nel percorso partecipativo del GAL BMG, del GAL Barigadu Guilcer e del GAL Sarcidano Barbagia di Seulo è emersa l'esigenza di dare **continuità al progetto Sardegna il Cuore**, finanziato da Sardegna Ricerche nell'ambito della LINEA A del bando "Sardegna, un'isola sostenibile. Area di specializzazione Turismo, cultura e ambiente". Il partenariato del progetto originario è costituito dal GAL BMG (capofila), il GAL Barigadu Guilcer, la Comunità Montana Sarcidano Barbagia di Seulo (che si avvale della collaborazione del GAL Sarcidano Barbagia di Seulo), la Camera di Commercio di Nuoro, la Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai, la Provincia di Oristano, la Provincia del Sud Sardegna, il Consorzio per la promozione degli studi universitari nella Sardegna centrale e l'Unione dei Comuni Barbagia.

L'attuale offerta turistica dei tre territori coinvolti si presenta con singoli prodotti, disomogenei, difficili da individuare e non rispondenti alla domanda del sempre più esigente Turista che, con pochi click, vuole organizzare la propria vacanza.

Sardegna il Cuore, partendo dalle specificità del territorio, dai suoi punti di forza e debolezza, mira a organizzare e valorizzare l'offerta turistica. Il territorio interessato è quello delle 3 Barbagie, Ollolai, Belvi e Seulo, del Mandrolisai, del Gennargentu, del Sarcidano, del Guilcier e del Barigadu, connessi tra loro geograficamente e storicamente, simili per potenzialità, risorse, valenza turistica e posizione, a cavallo tra le Province di Nuoro, Oristano del Sud Sardegna. Montagne, colline, altipiani e complessi idrografici caratterizzano questo territorio, tra i più interni d'Italia, dove si conserva ancora oggi l'autenticità dell'anima sarda, dove la lontananza dalle coste e dalle principali città sarde e la stessa difficoltà di accesso, sono le caratteristiche da valorizzare.

C1.4. Partner

Il partenariato del progetto di cooperazione interterritoriale è costituito dal GAL BMG (capofila), il GAL Barigadu Guilcer e il GAL Sarcidano Barbagia di Seulo.

Aderiscono al progetto, in qualità di partner associati, la Comunità Montana Sarcidano Barbagia di Seulo, la Camera di Commercio di Nuoro, la Camera di Commercio di Oristano-Cagliari, la Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai, la Provincia di Oristano, la Provincia del Sud Sardegna, la Provincia di Nuoro e l'Unione dei Comuni Barbagia.

Con gli stessi partner è stato già stipulato un accordo di partenariato strategico finalizzato alla realizzazione di interventi sinergici, soprattutto in ambito formativo, e ad una più efficace implementazione delle Strategie di Sviluppo Locale dei tre Gruppi di Azione Locale.

C1.5. Finalità e descrizione del progetto di cooperazione

Il progetto di cooperazione interterritoriale intende **rafforzare la destinazione turistica Sardegna il Cuore** e ampliare il sistema di Governance e la rete pubblico-privata. "Sardegna - il Cuore II" si pone in linea di continuità con l'omonimo progetto finanziato da Sardegna Ricerche nell'ambito della Linea A del Progetto complesso Turismo, cultura e ambiente "Sardegna, un'isola sostenibile" e mira a organizzare e promuovere l'offerta turistica delle regioni storiche delle Barbagie, Sarcidano, Barigadu e Guilcer.

C1.6. Risultati attesi a livello locale

Il progetto permetterà di rafforzare le strategie attuate dal GAL attraverso il proprio Piano di Azione Locale, al fine di favorire la costruzione di partenariati e relazioni fra territori, migliorare il potenziale progettuale e relazionale dei GAL, valorizzare lo scambio di esperienze tra attori pubblici e privati dei territori e favorire la realizzazione congiunta di azioni concrete di sviluppo locale e di promozione dei territori rurali.

I risultati attesi sono:



- Maggiore conoscenza dell'offerta turistica del territorio del Centro-Sardegna
- Esperienza maturata dai partner in tema di cooperazione transnazionale
- Nuove forme di turismo sviluppate
- Nuovi prodotti turistici creati
- Nuove reti di collaborazione

Si elencano, a titolo esemplificativo, alcuni indicatori di risultato:

- n. 30 nuovi operatori coinvolti nel progetto
- n. 3 nuove funzioni/sezioni implementate nella APP/Portale
- n. 6 operatori turistici presenti alla Fiera Internazionale del Turismo
- n. 100 partecipanti agli eventi territoriali

C1.7. Descrizione delle attività previste a livello comune e locale

Nell'ambito del progetto di cooperazione interterritoriale saranno realizzate le seguenti azioni comuni, locali e trasversali:

AZIONI TRASVERSALI

WP1 Project Management
WP2 Comunicazione

AZIONI COMUNI

AC.1. Rafforzamento della Governance

La Governance della Destinazione Sardegna il Cuore è attualmente costituita dal GAL BMG, il GAL Barigadu Guicer, la Comunità Montana Sarcidano Barbagia di Seulo, la Camera di Commercio di Nuoro, la Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai, la Provincia di Oristano, la Provincia del Sud Sardegna, il Consorzio per la promozione degli studi universitari nella Sardegna centrale e l'Unione dei Comuni Barbagia.

A questa nuova fase aderiranno anche il GAL Sarcidano Barbagia di Seulo, in qualità di partner ufficiale, la Provincia di Nuoro e la Camera di Commercio di Oristano-Cagliari. La cabina di regia coinvolgerà, tuttavia, tutti i partner istituzionali e gli enti sovracomunali, nonché i rappresentanti del settore turistico/culturale (centri commerciali naturali, associazioni di categoria, imprese, associazioni di promozione del territorio, ecc.). È prevista l'organizzazione periodica di tavoli tematici.

AC2 Adesione di nuovi operatori e creazione/aggiornamento di contenuti multimediali

Attualmente aderiscono al progetto complessivamente 92 partecipanti, di cui 62 per l'area del GAL BMG, 13 per l'area del GAL Barigadu Guilcer e 17 per l'area della Comunità montana Sarcidano Barbagia di Seulo. Il progetto di cooperazione interterritoriale consentirà, da un lato, l'adesione di nuovi operatori e, dall'altro, l'aggiornamento dei contenuti multimediali di quelli esistenti.

Sarà, inoltre, condivisa e aggiornata la carta di qualità dei Servizi Turistici del progetto "Sardegna, Il Cuore", nata con l'obiettivo di garantire al turista-visitatore un'accoglienza unitaria di qualità. Il documento si propone di fornire alle imprese uno strumento idoneo a migliorare i propri standard di qualità. Nel dettaglio, saranno meglio definiti i requisiti qualitativi minimi offerti dalle seguenti categorie: punti di informazione e accoglienza turistica, strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere, ristoranti/osterie/trattorie, aziende di trasformazione agroalimentare e artigianale, punti vendita dei prodotti tipici, servizi di mobilità locale, guide turistiche e guide ambientali escursionistiche.

AC3 Traduzione dei contenuti in lingua inglese e sarda

I contenuti della piattaforma Sardegna il Cuore sono disponibili esclusivamente in lingua italiana. La presente azione comune permetterà di tradurre i contenuti in lingua inglese e sarda.

AC4 Implementazione di nuove funzioni/sezioni della App e del portale

Ispirandosi a strumenti quali ut.no e eastcoastrail.com, il progetto ha permesso la realizzazione di un'infrastruttura digitale informativa, denominata BUSSOLA DIGITALE, disponibile online e offline, attraverso la quale il turista potrà conoscere il territorio la sua offerta. La Bussola contiene la descrizione, sotto forma di Storytelling, e materiale multimediale su attrattori, punti di interesse, alloggi, punti ristoro, attività esperienziali, itinerari. Sono presenti, inoltre, una chatbot di intelligenza artificiale e un calendario degli eventi del territorio che i singoli comuni e le Pro Loco locali potranno aggiornare periodicamente.



Il progetto di cooperazione interterritoriale permetterà l'implementazione di nuove funzioni e sezioni della APP e del Portale (es. mappa interattiva, Blog, Podcast, ecc.).

AC5 Partecipazione ad una Fiera del turismo internazionale

È prevista la partecipazione dei tre GAL ad una fiera internazionale del Turismo (TTG Travel Experience di Rimini o ITB *Berlin*)

AZIONI LOCALI

AL1-Formazione Pro Loco/Comuni e Aggiornamento calendario offerta culturale. Ciascun GAL realizzerà attività formative, mirate a garantire un costante aggiornamento del calendario dell'offerta culturale del territorio.

AL2 Realizzazione di eventi territoriali. Saranno realizzati laboratori ed eventi di animazione e promozione del progetto e della piattaforma

AL3 Promozione dei contenuti dell'offerta territoriale su riviste settoriali/internazionali

C1.8. Coerenza del progetto con la Strategia di Sviluppo Locale

L'azione di cooperazione "Sardegna il Cuore II" è progettata in modo coerente agli obiettivi generali e specifici posti dalla Strategia di Sviluppo Locale, in riferimento all'ambito tematico "Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali", mirando a potenziare la governance del partenariato pubblico-privato a guida della DMO attraverso l'ampliamento dello stesso. L'azione contribuisce dunque a favorire l'adozione di approcci organizzativi innovativi e ad ampliare la funzione turistica del territorio per valorizzarlo e migliorare la qualità della vita a livello locale. Caratterizzandosi come un'azione interterritoriale, le attività dell'azione di "Sardegna il Cuore II" supportano la creazione di sinergie sub-regionali all'interno delle strategie di sviluppo locale.

C1.9. Cronoprogramma delle attività

Data prevista inizio progetto: luglio 2024

Data prevista fine progetto: dicembre 2025

Durata del progetto in mesi: 18



Scheda Azione di Cooperazione 4

C1.1. Titolo del progetto di cooperazione

I cammini dello spirito

C1.2. Tipologia del progetto di cooperazione

Interterritoriale

C1.3. Motivazioni

A seguito della rilevazione dei fabbisogni e della relativa gerarchizzazione in sede di definizione della SSL 2023-2027 il “fattore storico-culturale” rappresenta un *driver* di sviluppo economico del territorio e trova nel progetto “Cammini dello spirito”, già presente nella precedente programmazione 2014-2022, la sua realizzazione. Il progetto continuerà pertanto a promuovere e **potenziare l'offerta degli itinerari turistico-religiosi** sostenendone l'azione di promozione e incentivazione sul mercato nazionale e non solo. L'iniziativa dovrà consolidare le **sinergie tra attori locali e internazionali**, favorire lo sviluppo di un'offerta dettagliata rispetto alle esigenze del turista e basata su una fruizione sostenibile del territorio.

Si vuole continuare con la costruzione e **promozione di un turismo religioso** orientato da un sostanziale progetto concertato, che ponga le condizioni di un circuito facilmente identificabile e fruibile per una domanda in forte crescita sul territorio regionale.

Il progetto “Cammini dello spirito” si basa su proposte d'itinerario non ricomprese nei circuiti più noti, alla scoperta di territori ricchi di storia e tradizioni, talvolta raggiungibili solo a piedi, a cavallo o in *mountain-bike*, favorendo quindi spostamenti più “sostenibili”, tra un luogo e l'altro.

Il turista di oggi ha l'esigenza di comunicare con le persone, di entrare in contatto con la storia e le atmosfere dei luoghi, di muoversi lungo percorsi senza confini geografici. Per questo diventa fondamentale lavorare all'aggregazione di risorse attrattive, di infrastrutture e di servizi intorno ad un tema, in questo caso appunto quello religioso. Il turismo religioso favorirà in queste aree rurali presenze selezionate, capaci di incidere direttamente sull'indotto economico del settore, con il vantaggio di moltiplicare le opportunità e occasioni di sviluppo del territorio. La **promozione del territorio a partire dagli itinerari religiosi** permetterà ancor più, a ogni area coinvolta, di valorizzare le particolari attrattive storico-culturali, naturalistiche, enogastronomiche e produttive in generale.

Ciascun itinerario dovrà essere immediatamente “riconoscibile”, grazie ad un comune *standard* d'informazioni in grado di facilitare la riconoscibilità e fruibilità per il visitatore/pellegrino.

L'intervento qui descritto si propone di far fronte all'esigenza di **individuare nuovi turismi** per promuovere e condividere tutte le ricchezze del territorio, senza dimenticare le tradizioni, il vivere sostenibile e responsabile.

L'obiettivo è quindi quello di beneficiare dell'opportunità di una **cooperazione transnazionale** che possa rafforzare un turismo in linea per lo sviluppo dell'offerta turistica dei cammini religiosi in Europa.

C1.4. Partner

GAL Nuorese Baronia (capofila), GAL BMG-GAL Barbagia - GAL Barigadu Guilcer - GAL Sarcidano Barbagia Seulo - GAL SGT - GAL Sulcis - GAL Terras de Olla - GAL Linas Campidano.

Potenziati partner esteri: 1 o 2 partner esteri; al momento stiamo dialogando con il GAL Terras de Compostela che ci ha già visti ospiti lo scorso anno nel mese di novembre a Santiago.

C1.5. Finalità e descrizione del progetto di cooperazione

L'obiettivo generale è quello di rafforzare e valorizzare il **modello turistico dei "Cammini dello Spirito" favorendo la cooperazione tra territori che hanno fatto del tema religioso una risorsa strategica di sviluppo turistico locale** e stimolare ancora l'integrazione delle aree vocate della Sardegna e non solo, sul tema del Pellegrinaggio, favorendo infine la diversificazione dei servizi turistici a supporto degli itinerari.

I nuovi modelli di vacanza che preferiscono il ritorno alla **natura e alla spiritualità**, alla ricerca del benessere psico fisico e alle attività di tipo esperienziale trovano nella proposta turistica dei cammini religiosi un terreno fertile di attuazione. Proprio grazie al bisogno delle persone di riscoprire l'ambiente e la realtà attraverso il cammino, spesso in aree estese di gran pregio ambientale, notiamo che non sono adeguatamente valorizzati i paesaggi e gli ambienti tipici delle nostre campagne. Per favorire l'affermazione si rendono necessarie nuove attività al servizio del viaggiatore. I cammini si propongono come itinerari evocativi di fatti storici, lungo vie di collegamento tra luoghi legati a un culto o a un pellegrinaggio devozionale storico che attraversano aree campestri e immerse nella natura con lunghezze di percorrenza ben definite, strutturate in tappe che coinvolgono più aree o regioni territoriali, ricche di emergenze, naturalistiche, culturali e di produzione. Il percorso a tappe consente la narrazione del territorio attraverso la tradizione devozionale legata ad un santo e al suo santuario, intesi come luoghi sacri in cui trascorrere un tempo sacro per cercare una cura dell'anima, o fare pace con sé stessi o riflettere sulla propria spiritualità. Progettare un cammino diventa un piano/proposito per creare un percorso evocativo attraverso i sentieri esistenti e fruibili, che connettano varie località in cui si conserva con fervore la memoria della devozione per quel santo o per quella chiesa immersa nella campagna. Un cammino inteso come un viaggio della fede per la ricerca personale di una riflessione spirituale in luoghi che favoriscono la meditazione e la connessione con il creato. I cammini possono anche cambiare il destino dei territori, ma questo accade solo se si rispettano le condizioni essenziali come la facilità di accesso, con punti di arrivo e partenza ben individuati e collegamenti viari adeguati. A questo deve essere associata una ricettività flessibile per tutte le tasche e soddisfare i bisogni essenziali di riposo, igiene e nutrimento. Sono poi essenziali la bellezza del percorso, la varietà di sentieri e contesti che siano urbani o campestri, nonché la manutenzione costante e una segnaletica efficace che eviti di pregiudicare la fruizione. Ma soprattutto i cammini devono essere creati per tutti, con livelli di facilità, dislivelli e lunghezze tali da coinvolgere e non scoraggiare i camminatori, o i pellegrini, ma siano capaci di coinvolgere tutti. Un altro aspetto fondamentale per il successo sarà poi la comunicazione e la promozione del cammino attraverso la sua divulgazione inerente le tracce GPS dei percorsi, così come ulteriori informazioni e dettagli trasferiti con strumenti digitali quali sito web in grado di fornire aggiornamenti, notizie chiare sulla logistica per gli spostamenti, pernottamenti e servizi vari, come la possibilità di prenotare un alloggio o un museo, piuttosto che trasportare bagagli da una tappa all'altra. Un lavoro di questo tipo richiede la necessità di acquisire consapevolezza e volontà di andare ad obiettivo così come accogliere che processi simili richiedono tempo, determinazione e lavoro, in particolar modo lavoro di squadra e di rete, fra persone e fra territori.

Per questo diventa più che mai necessario "fare sistema", elaborando strategie comuni, caratterizzate da intersectorialità e senza visioni particolaristiche, così da garantire un maggior rendimento agli investimenti

C1.6. Risultati attesi a livello locale

Con la prima fase del progetto, sotto il comune denominatore dei "Cammini dello spirito", si è dato il via a un'opera di valorizzazione di importanti risorse storico-culturali di un'ampia area del territorio rurale rappresentativa di sette GAL. Ora, in un secondo tempo, questa nuova estensione del progetto prosegue sulla stessa linea operativa e amplia gli itinerari ad altre figure religiose rappresentative dei singoli contesti locali e a nuovi territori.

I principali risultati attesi sono:

- infrastrutturazione degli itinerari potenziata;
- nuove reti tematiche costituite e reti esistenti rafforzate e allargate a livello locale e internazionale;
- sistema di offerta di prodotti/servizi fruibile da viaggiatori/pellegrini con diverse capacità di spesa;
- brand "Cammini" consolidato;
- qualità della vita degli abitanti dei territori coinvolti migliorata

C1.7. Descrizione delle attività previste a livello comune e locale

1. Coordinamento tra i partner del progetto, sviluppo delle azioni da svolgere a livello locale ed internazionale, tenendo conto dei fabbisogni di tutti i territori coinvolti (Comitato di pilotaggio).

2. Coordinamento tra stakeholders: per garantire il successo del progetto, è essenziale stabilire un efficace coordinamento tra tutti gli stakeholder coinvolti. Questo coordinamento prevede lo sviluppo di un piano d'azione dettagliato che tenga conto delle

esigenze e delle specificità di ciascun territorio coinvolto, sia a livello locale che internazionale. Questo approccio olistico garantirà che tutte le parti interessate siano coinvolte in modo significativo e che le azioni pianificate siano allineate con gli obiettivi e le aspettative di tutti i soggetti coinvolti nel progetto. (*Governance*)

3. Azioni locali e azioni comuni: per realizzare con successo il progetto dei "Cammini dello spirito" sono necessarie una serie di azioni strategiche mirate. Queste includono il supporto all'infrastrutturazione degli itinerari attraverso l'installazione di adeguata cartellonistica e segnaletica, la costruzione di nuove reti tematiche e il potenziamento di quelle esistenti sia a livello locale che internazionale. Inoltre, è fondamentale sviluppare un sistema di offerta di prodotti e servizi che possa essere fruibile da viaggiatori e pellegrini con diverse capacità di spesa, garantendo così un'esperienza accessibile e inclusiva per tutti. Allo stesso tempo, è importante organizzare una serie di attività coinvolgenti a livello locale e internazionale, tra cui eventi internazionali e workshop, al fine di promuovere l'interesse e la partecipazione dei potenziali visitatori.

Per ampliare la visibilità del prodotto turistico 'Cammini dello spirito', è essenziale pianificare azioni di marketing sia online che offline. Per garantire una gestione efficace e una coerenza nell'attuazione del progetto, è necessario consolidare la struttura di governance, assicurando una coordinazione e una comunicazione efficienti tra tutte le parti coinvolte nel progetto.

Nello specifico si procederà attraverso:

AZIONI A LIVELLO LOCALE

Analisi e Mappatura del Contesto Locale: Per consolidare e monitorare la portata delle azioni una volta individuate e georeferenziate le tappe dei cammini e degli itinerari, sia quelle già esistenti che quelle nuove, che per uniformità pratico-quantitativa dovrebbero mantenersi entro un numero massimo di 1 per ogni nuovo territorio coinvolto, sarà fondamentale renderle "riconoscibili" e conformi al modello già avviato, sia sul posto, mediante interventi infrastrutturali specifici per l'identificazione delle stesse, che su carta, ovvero grazie a mappatura dei percorsi affiancati ad una segnaletica specifica ed uniforme con i segmenti preesistenti, nonché attraverso gli altri materiali promo-pubblicitari da realizzare.

Andrà poi fatta un'analisi approfondita del contesto locale e delle caratteristiche del prodotto. Questa fase comprende la valutazione sistematica e la mappatura completa delle potenzialità relative alla qualità, ai servizi, all'accoglienza e alle esperienze legate ai cammini religiosi. Inoltre, sosterrà la creazione di una rete di operatori locali specializzati nel settore.

Sensibilizzazione e Divulgazione: Saranno messe in atto iniziative di sensibilizzazione e informazione attraverso convegni e seminari aperti a tutti, mirati a coinvolgere attivamente le comunità locali e gli stakeholder del territorio.

Congiuntamente con il sistema degli operatori, la crescita dell'offerta degli itinerari proposti sarà naturalmente integrata grazie al contributo del partner estero.

AZIONI COMUNI

Piano di Marketing e Promozione condiviso: creazione di un piano di marketing comune e un piano di promozione per valorizzare la rete dei cammini: ottimizzazione degli strumenti che aiuteranno a promuovere in modo efficace il prodotto turistico secondo una efficace connessione prodotto/target.

Benchmarking: con altre esperienze internazionali. Verrà effettuato il confronto con le principali esperienze internazionali sul tema, a partire dai modelli più noti come Santiago e/o la Terrasanta o dalle progettazioni già messe in campo in passato sul territorio. Lo scopo di questa fase di attività è quella di raccogliere informazioni sulle best practice esistenti e mutuare le pratiche volte a valorizzare gli interventi comuni; laddove possibile, verranno inoltre individuate le modalità di collegamento fra gli itinerari dei cammini e quelli di altri paesi, in un'ottica di promozione congiunta.

Internazionalizzazione della progettazione: organizzazione di eventi e workshop dedicati esclusivamente alla promozione dei "cammini" in ciascun paese partner del progetto. Realizzazione di appositi momenti, sul solco della metodologia "Educational Tour", dedicati al matching tra acquirenti, esperti di settore e i prodotti di tutti i partner del progetto coinvolti.

Comunicazione e promozione: la strategia di comunicazione dovrà definire gli elementi attraverso cui si svilupperà tutta la riconoscibilità del progetto sui target obiettivo. Si procederà con:

- Selezione di prodotti tematici strategici e mercati obiettivo

I prodotti strategici e prioritari e i mercati di riferimento sui quali impiantare le attività promozionali sono specificati nell'analisi che segue:

- **Strategia creativa:** nuovo concept di comunicazione, possibile messaggio originale da affiancare al marchio; individuazione di target, value proposition e canali: i target sono individuati attraverso una fase di monitoraggio e analisi dello storico di percorsi di formazione e da una valutazione dei trend del comparto della didattica
- **Definizione delle azioni di interazione on line (web e social):** advertising, piano di visibilità sui principali marketplace con l'obiettivo di awareness, rendere riconoscibili i prodotti individuati dal piano strategico e generare interesse verso essi nei mercati obiettivo; lead generation, generazione di contatti profilati per interesse rivolto verso i prodotti di formazione e per mercati di riferimento. Seguono 'nutrimento' con contenuti dedicati e di qualità e 'fidelizzazione' degli utenti.
- **Social media strategy** da declinare per prodotti e mercati identificati: definizione strategia social per gli account attivi e per altri nuovi; concept e campagne

Il Piano di Promozione dovrà essere studiato con la previsione di campagne ad hoc: per il mercato locale e nazionale. Dovrà dare visibilità alla Unique Destination Proposition (UDP) e alle Unique Selling Proposition (USP) della destinazione. La strategia di comunicazione, inoltre, dovrà essere basata su un approccio "multipicture" che comprenda più prodotti/soggetti (afferenti al medesimo prodotto), selezionati all'interno dell'offerta locale, curando in particolar modo l'integrazione in modo da comunicare un approccio unico, congiunto e completo; supportata da un'adeguata copy strategy, il più possibile dettagliata, pertinente e convincente.

- **Promozione offline:** *creazione di strategie omnichannel che prevedano la connessione tra realizzazione di prodotti cartacei (brochure, mappe, cartellonistica 6x3 e segnaletica) con le dinamiche online, attraverso l'utilizzo di QRCODE e link per l'utilizzo della realtà aumentata; partecipazione alle fiere di settore e organizzazione di educational tour e road show; realizzazione di strategie tramite canali analogici (tv, radio, carta stampata).*

C1.8. Coerenza del progetto con la Strategia di Sviluppo Locale

L'azione di cooperazione sopra descritta risponde in modo coerente agli obiettivi posti dalla Strategia di Sviluppo Locale, in riferimento all'ambito tematico "Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali", mirando a valorizzare percorsi a carattere spirituale per lo sviluppo di un turismo religioso, a intercettare nuovi target turistici e a favorire la cooperazione, lo scambio e l'integrazione tra territori diversi che hanno posto al centro dello sviluppo turistico il tema del pellegrinaggio religioso. In quest'ottica il progetto darà risposta alla forte necessità di destagionalizzare l'offerta turistica, permettendo agli operatori di offrire i propri servizi e prodotti tutto l'anno, diversificare i servizi turistici e organizzare azioni di marketing e promozione del prodotto "cammini dello spirito".

C1.9. Cronoprogramma delle attività

Data prevista inizio progetto: giugno 2024

Data prevista fine progetto: dicembre 2027

Durata del progetto in mesi: 42



Scheda Azione di Cooperazione 5

C1.1. Titolo del progetto di cooperazione

Terroir Wine empowerment

C1.2. Tipologia del progetto di cooperazione

Transnazionale

C1.3. Motivazioni

Dopo un'attenta analisi dei fabbisogni, si è deciso di costruire un'idea progettuale che vada oltre il circuito legato alla degustazione e alla commercializzazione del prodotto vitivinicolo finale, ma che cerchi piuttosto di **sviluppare servizi e prodotti turistici, crei sinergie tra attori locali e internazionali e opportunità esperienziali per una fruizione sostenibile del territorio**.

Per superare il problema di un'offerta turistica stagionale e poco sviluppata nelle aree interne, il prodotto enoturistico dovrà quindi essere proposto in modo integrato e includere un'offerta ricettiva di alta qualità associata alla scoperta di altre tipologie di turismo esperienziale (outdoor, marinaro, culturale, degli itinerari ecc.).

L'obiettivo è quindi quello di beneficiare dell'opportunità di una cooperazione transnazionale che **possa rafforzare un turismo attento ai prodotti locali e alla sostenibilità ambientale, come quello dell'enoturismo**.

Il progetto di cooperazione proposto va quindi considerato come un'ulteriore opportunità di sviluppo a favore della diversificazione degli imprenditori agricoli e turistici dei territori rurali e di rafforzamento del sistema turistico.

Il progetto risponde ai seguenti fabbisogni:

- Favorire la creazione di reti tra coloro che offrono servizi culturali e turistici nel territorio (turismo esperienziale, artigianato e agroalimentare)

C1.4. Partner

Sardegna: Sulcis (capofila), Barbagia, Barbagia Mandrolisai Gennargentu, Marmilla, Nuorese Baronia, Ogliastra, Sinis.

Italia: GAL Elimos

Francia: GAL Haute-Gironde e GAL Coeur Entre-deux-Mers

Spagna: GAL ASIR (Alicante/Elche), ADR de la Campiña de Jerez y Costa Noroeste de Cádiz (Jerez), GAL Maxorata (Fuerteventura, Isole Canarie) e l'Asociación Grupo de Acción Rural de Tenerife (Tenerife, Isole Canarie), GAL Adra (La Rioja) con Iter Vitis España

Portogallo: GAL A2S-Associação para o Desenvolvimento Sustentável da Região Saloia, il GAL Beira Douro (Douro), GAL di Madeira

Ungheria: GAL Dél-Zempléni Vidékfejlesztési Szövetség (DZVSZ) nella regione geografica che produce il Tokaj

C1.5. Finalità e descrizione del progetto di cooperazione

Obiettivo principale del progetto è offrire un valido supporto al comparto ancora impreparato ad offrire un prodotto enoturistico di livello che sia appetibile per una domanda esigente non solo dal punto di vista strettamente legato alla conoscenza del "Vino" da parte degli operatori, ma anche desiderosa di conoscere la collocazione territoriale e culturale del prodotto, ma soprattutto una domanda che ricerca **accoglienza e ospitalità autentica ma professionale e di qualità**. Importante sarà anche puntare sull'informazione e la **sensibilizzazione delle comunità e degli stakeholder locali coinvolti**, talvolta estranei ai processi in corso e che invece attraverso il loro coinvolgimento e la loro sensibilizzazione possono supportare ed incoraggiare lo sviluppo del settore. Il progetto vuole offrire inoltre un supporto che sia anche di aiuto al superamento della dimensione locale offrendo occasioni e **opportunità agli operatori di affacciarsi su nuovi mercati con eventi internazionali**, in cooperazione con i partner di progetto, che permettano di far conoscere le realtà locali, il "vino" e i prodotti enoturistici ad esperti di settore e buyers. Gli eventi che verranno supportati da attività di marketing mirate e focalizzate sul legame tra il "vino", l'esperienza enoturistica, il territorio, la cultura e le tradizioni locali.

Con l'obiettivo di rafforzare il segmento dell'enoturismo nei territori dei partner del progetto, si costruirà una **rete di territori che sviluppa simultaneamente azioni a livello internazionale e a livello locale volte a:**

- Affermare il paesaggio viticolo come forte marcatore di territori e abitanti, come un fattore discriminante per la definizione di una destinazione turistica, una sorta di "firma".
- Promuovere l'uso integrato dell'offerta culturale, ambientale e turistica a livello di territorio aumentando le **sinergie** tra produttori vitivinicoli e servizi turistici;

- Aumentare le competenze e rafforzare le sinergie tra gli operatori attivi della conservazione, interpretazione, gestione e promozione turistica del patrimonio naturale/paesaggistico e culturale;
- Diversificare e sperimentare nuove modalità organizzative e nuovi prodotti turistici innovativi che puntino a migliorare l'uso e lo sviluppo del territorio inclusi gli strumenti ICT.
- Migliorare la cultura dell'accoglienza degli ospiti, innalzando il livello qualitativo dell'offerta ricettiva in linea con l'evoluzione della domanda verso tipologie ricettive di qualità, con un alto livello di tradizionalità e tipicità.

C1.6. Risultati attesi a livello locale

L'adesione a un partenariato pertanto diventa strumentale ai fini dell'auspicato sviluppo del territorio rurale. Il GAL, insieme ai partner, condividerà le proprie metodologie in termini di **qualificazione dell'offerta** e ne apprenderà delle nuove al fine di migliorarsi come agenzia di sviluppo locale integrato e sostenibile.

Alcuni possibili **indicatori di risultato**:

- best practice elaborate e condivise a livello locale ed internazionale
- schede-prodotto per le esperienze da fare nei territori e servizi connessi;
- cultura del vino promossa, comunità locali sensibilizzate e identità con il prodotto ambasciatore rafforzata
- rete internazionale di operatori del turismo del vino creata;
- cluster "turismo enologico" promosso, in collaborazione con gli uffici turistici e le DMO dei territori,
- opportunità di scambio e di sinergie a livello locale ed internazionale create
- sviluppo del turismo creativo, sostenibile e responsabile intorno al vino e alla vite
- miglioramento nella qualità delle esperienze e del turismo esperienziale collegato alle produzioni vitivinicole.

C1.7. Descrizione delle attività previste a livello comune e locale

1. **Coordinamento internazionale** tra i partner del progetto, sviluppo delle azioni da svolgere a livello locale ed internazionale, tenendo conto dei fabbisogni di tutti i territori coinvolti.
2. **Azioni locali**: promozione e valorizzazione degli itinerari turistici con il tema del vino, creazione di sinergie tra produzioni vitivinicole e ricettività attraverso l'organizzazione di eventi locali ed internazionali (masterclass, webinar, workshop tematici, visite di studio, capacity building, co-creazione delle visite esperienziali e/o attività innovative in azienda agricola e cantina, Fam trip)
3. **Comunicazione e promozione**, da svolgersi a livello locale ed internazionale attraverso un'immagine coordinata con i seguenti contenuti: piano di comunicazione, progettazione degli strumenti promozionali, azioni di direct marketing, campagne promozionali, piano fiere ed eventi tematici.

AZIONI LOCALI

1) Mappatura e analisi del contesto e del prodotto a livello locale. Le azioni consistono preliminarmente all'analisi sistematica e nella mappatura completa dell'effettivo potenziale in termini di qualità, servizi, accoglienza, esperienze legate al comparto vitivinicolo locale e alla mappatura delle aziende vitivinicole locali e degli operatori enogastronomici e dell'accoglienza del territorio; Seguirà la creazione e il supporto ad una rete di operatori locali di settore (Strada del vino)

2) Trasferimento delle competenze finalizzato al rafforzamento del connubio tra territorio e aziende. Individuate le aziende verranno organizzati cicli di seminari per il trasferimento di competenze specifiche finalizzate al potenziamento delle competenze degli operatori in termini di conoscenza del prodotto, del territorio, delle tecniche dell'accoglienza e del marketing e della cultura del vino in generale.

3) Sensibilizzazione e informazione. Verranno attuate azioni di informazione e sensibilizzazione con convegni e seminari aperti a tutti finalizzati al coinvolgimento delle comunità locali e degli stakeholder del territorio;

AZIONI COMUNI

- 1) Mappatura e analisi del prodotto a livello internazionale. Costruzione di un catalogo delle best practices eco turistiche a livello internazionale.
- 2) Sviluppo di un piano di marketing comune e di un piano di promozione e valorizzazione del prodotto enoturistico internazionale;
- 3) Realizzazione e/o partecipazione ad eventi internazionali di settore. Verranno organizzati in ogni paese dei partner di progetto coinvolti eventi internazionali interamente dedicati alla promozione del "Vino", delle realtà locali e delle esperienze eno turistiche. Verranno realizzati appositi momenti esclusivamente dedicati al matching tra buyer, esperti di settore e i prodotti di tutti i partner di progetto coinvolti. Gli eventi internazionali avranno l'obiettivo di



promuovere commercializzare il vino come chiave di lettura dei territori in abbinamento alle migliori produzioni enogastronomiche e culturali dei territori. All'interno degli stessi eventi saranno realizzati momenti di approfondimento e delle wine competition che coinvolgeranno giurie professionali e specializzate costituite dai migliori sommelier ed esperti.

Le azioni locali e comuni che sono state sopra descritte rappresentano in questa fase progettuale una mera sintesi delle attività che verranno realizzate. Infatti queste verranno meglio dettagliate a seguito del primo incontro di coordinamento internazionale che verrà fatto con tutti i partner.

C1.8. Coerenza del progetto con la Strategia di Sviluppo Locale

L'azione di cooperazione mira a rafforzare i punti di forza di questo territorio, individuati dai partecipanti al percorso partecipativo durante la fase di analisi: la tradizione enogastronomica e vitivinicola, soprattutto della zona del Mandrolisai, portata avanti dalle sempre più rare professionalità in ambito agricolo, riesce a trovare nuova vita e rilancio con le opportunità date dalla partecipazione ad una rete internazionale, dalla condivisione di best practices e dagli eventi internazionali che verranno realizzati. Inoltre l'azione darà la possibilità agli operatori vitivinicoli di aprire i propri luoghi di lavoro a turisti sempre più interessati a esperienze autentiche e desiderosi di scoprire il dietro le quinte della produzione, contribuendo ad attirare flussi turistici anche durante la bassa stagione. La partecipazione alla rete internazionale favorirà inoltre la promozione e l'apertura a nuovi mercati che, da sole, le aziende agricole hanno difficoltà a raggiungere.

C1.9. Cronoprogramma delle attività

Data prevista inizio progetto: gennaio 2024

Data prevista fine progetto: dicembre 2027

Durata del progetto in mesi: 36

B.8. Schema di piano Finanziario e cronoprogramma

SOTTO INTERVENTO A				
AZIONE ORDINARIA (indicare se l'azione si colloca nell'ambito tematico prioritario (P) o complementare (S))	Costo totale	Spesa pubblica	Altri fondi	Anno previsto di avvio
1 - Cooperazione (P)	1.025.000,00 € di cui:	1.025.000,00 €	0,00 €	2025
- sottoazione 1 - sottoazione 2	725.000,00 € 300.000,00 €			
2 - Start up (P)	250.000,00 € di cui:	250.000,00 €	0,00 €	2025
n. 3 per la gestione dei siti archeologici, museali etc. n. 1 per la gestione della piattaforma n. 1 per la creazione di un'attività di car sharing locale	150.000,00 € 50.000,00 € 50.000,00 €			
TOTALE AZIONI ORDINARIE	1.275.000,00 €	1.275.000,00 €	0,00 €	
AZIONE SPECIFICA (indicare se l'azione si colloca nell'ambito tematico prioritario (P) o complementare (S))	Costo totale	Spesa pubblica	Altri fondi	Anno previsto di avvio
1 - La destinazione turistica (DMO) Sardegna il Cuore BMG costruzione della governance pubblico/privata	60.000,00 €	60.000,00 €	0,00 €	2024
2 - Reti di imprese per la promo-commercializzazione dell'offerta	80.000,00 €	80.000,00 €	0,00 €	2024
3 - Diffusione della conoscenza e promozione dell'offerta della DMO Sardegna il Cuore	160.000,00 €	160.000,00 €	0,00 €	2027
TOTALE AZIONI SPECIFICHE	300.000,00 €	300.000,00 €	0,00 €	
COOPERAZIONE	Costo totale	Spesa pubblica	Altri fondi	Anno previsto di avvio
1 - DINOVI (Digital Nomads Villages): un progetto transnazionale per promuovere l'accoglienza dei nomadi digitali nelle aree rurali d'Europa	90.000,00 €	90.000,00 €	0,00 €	2024
2 - Water Experiences-Festival internazionale di valorizzazione delle acque interne	60.000,00 €	60.000,00 €	0,00 €	2024
3 - Sardegna il Cuore II	50.000,00 €	50.000,00 €	0,00 €	2024
4 - I cammini dello spirito	50.000,00 €	50.000,00 €	0,00 €	2024
5 - Terroir wine experience	50.000,00 €	50.000,00 €	0,00 €	2024
TOTALE COOPERAZIONE	300.000,00 €	300.000,00 €	0,00 €	
TOTALE SOTTO INTERVENTO A	1.875.000,00 €	1.875.000,00 €	0,00 €	
SOTTO INTERVENTO B				
	Costo totale	Spesa pubblica	Altri fondi	Anno previsto di avvio
1 - Spese di gestione generiche	625.000 €	625.000 €	0,00 €	2024
TOTALE SOTTO INTERVENTO B (max 25% del totale)	625.000 €	625.000 €	0,00 €	
TOTALE PIANO FINANZIARIO¹	2.500.000,00 €	2.500.000,00 €	0,00 €	

¹ Lo schema di piano finanziario deve essere compilato con gli importi della quota minima calcolata secondo i principi esposti nell'Allegato 1. Il piano finanziario sarà approvato definitivamente in sede di riconoscimento del GAL.

B.9. Modalità di gestione, sorveglianza e valutazione della strategia

Organizzazione, procedure interne, strumentazioni metodologiche e dotazioni tecnico-informatiche per il monitoraggio e la valutazione dell'attuazione del PdA

Il sistema di monitoraggio e valutazione dell'attuazione del PdA si ispira alle raccomandazioni contenute nelle Linee Guida per la valutazione di Leader/CLLD stilate dalla Commissione Europea nell'agosto del 2017. Si basa più precisamente sulla raccolta di informazioni funzionali ad **analizzare lo stato di attuazione della SSL**, in termini di prodotti tangibili, realizzazioni fisiche ed effetti diretti sui beneficiari: ciò, al fine di **rilevare eventuali criticità attuative e reindirizzarle tempestivamente con opportune azioni correttive**. Monitoraggio e valutazione rappresentano due fasi operative distinte e interconnesse del ciclo di misurazione e valutazione della SSL.

Nella fase di monitoraggio, coordinata dalla struttura tecnica del GAL, viene effettuato un **controllo sulla gestione della pianificazione operativa del PdA**, rilevando, attraverso la raccolta continua e sistematica, l'analisi e la misurazione di appositi indicatori, lo scostamento tra obiettivi pianificati e risultati conseguiti e informando di tali scostamenti i decisori, affinché possano individuare e attuare le opportune azioni correttive. Più in dettaglio, il monitoraggio si sostanzia in 3 sottofasi interconnesse:

- revisione costante della pianificazione operativa del PdA;
- ri-pianificazione;
- reporting.

Per la revisione della pianificazione operativa del PdA, ci si avvale di **dati gestionali interni sullo stato di attuazione in relazione ai tempi e alle scadenze previste dai diversi progetti**, basati su **indicatori** quali ad esempio: interventi realizzati/interventi previsti, risorse bandite/risorse totali, somme impegnate/somme programmate, progetti avviati/progetti approvati, progetti conclusi/progetti avviati; n. domande di sostegno ricevute; n. domande di sostegno istruite; n. incontri di animazione; n. partecipanti agli eventi di animazione, n. post, like e commenti su FB, Instagram e Youtube; n. news su sito; n. riunioni Assemblea e Verbalì; n. riunioni CdA e Verbalì; n. determinazioni adottate dal Direttore e dal RAF; n. articoli sul giornale/servizi radio-televisivi ecc. I **principali strumenti utilizzati** per la rilevazione dei su elencati dati di monitoraggio sono: il Logical Framework, con indicazione degli indicatori e delle fonti di verifica a livello di attività (costi e risorse), risultati ottenuti e obiettivi specifici; il GANTT Diagram, per il monitoraggio dei tempi di attuazione di ciascun intervento, con una visualizzazione grafica che individua i singoli interventi e li mette in relazione logico-temporale. I dati raccolti sugli scostamenti tra quanto pianificato e quanto attuato convergono in un database di monitoraggio strutturato su applicativo Excel, che consente una rapida elaborazione ed estrazione degli stessi, successivamente sintetizzati in report aggiornati sui progressi fisici e finanziari del PdA, sottoposti all'attenzione dei decisori.

Nella **fase di valutazione viene operato un controllo di livello più strategico** orientato a verificare se si sta convergendo verso i risultati prefissati dalla SSL. Risponde a obiettivi diversi:

- verificare se gli obiettivi del PdA continuano ad essere pertinenti; verificare in che misura la strategia abbia raggiunto i propri scopi e obiettivi;
- contribuire a una riflessione critica su come migliorare le attività e le procedure adottate dal GAL;
- rendicontare ai portatori di interesse in merito all'utilizzo dei fondi pubblici.

Per raccogliere quante più informazioni possibili, la valutazione viene operata su due livelli: uno "interno" che coinvolge la Struttura tecnica del GAL, il CdA e i soci, e uno "esterno" che coinvolge anche gli stakeholder. I soggetti della valutazione sono dunque non solo il CdA, la struttura tecnica del GAL e i soci ma anche i beneficiari del GAL e la più ampia società civile. La valutazione viene effettuata a intervalli predefiniti a partire dai dati informativi esitati dal monitoraggio in modo funzionale a sostenere eventuali processi decisionali relativi alle azioni da intraprendere in itinere e nel successivo periodo di attuazione. A tal fine, si prevede più in dettaglio di realizzare le attività di valutazione in almeno due momenti del ciclo di programmazione, in itinere ed ex post. Il disegno di valutazione prevede una fase quantitativa di raccolta dei dati e una fase qualitativa di approfondimento delle dimensioni che emergeranno centrali nella valutazione. La metodologia che si prevede di utilizzare è di conseguenza quali-quantitativa e si sostanzia nell'utilizzo di strumenti di rilevazione quantitativa quali ad esempio questionari cartacei, questionari on line Google Drive e Typeform.com, sondaggi durante gli eventi pubblici, e strumenti di taglio più qualitativo quali focus group facilitati, tavole rotonde moderate e interviste in profondità.

Si prevede infine di **diffondere risultati della valutazione** agli attori istituzionali responsabili delle politiche CLLD in Sardegna e in Italia (RAS – Assessorato dell'agricoltura e riforma agro-pastorale, SSTCR, AdG Psr Sardegna, OP ARGEA, Rete Rurale Nazionale), interessati all'utilizzo dei risultati. Centrale per la diffusione degli effetti della strategia sul territorio sono anche i soci del GAL, i beneficiari degli interventi e i portatori d'interesse locali. Si prevede dunque di costruire appositi strumenti per comunicare/condividere ai soci i risultati della strategia, ai beneficiari gli esiti degli interventi finanziati, ai portatori di interesse i risultati del GAL, al grande pubblico, attraverso canali e strumenti quali: infografiche realizzate attraverso CANVA; presentazioni Power Point e Prezi; incontri in presenza dedicati alla disseminazione dei risultati; dirette Facebook e Youtube sincronizzate attraverso lo strumento di StreamYard; brevi video della durata massima di 3 minuti; sezione dedicata al Monitoraggio e alla Valutazione nel sito www.GALbmg.it; pagine Facebook, Instagram e Youtube del GAL BMG; comunicati stampa, articoli di giornale

e servizio televisivi e radiofonici; newsletter.

Monitoraggio e valutazione sono in capo ad un **gruppo di lavoro** formato dal personale stabile dell'Ufficio del GAL (Direttore, RAF, assistente amministrativo, 2 animatori polifunzionali e esperto comunicazione), ognuno con i compiti coerenti con le attività assegnate al personale dal Regolamento Interno. Più in dettaglio:

- il Direttore del GAL è il responsabile della valutazione, a cui competono essenzialmente le attività di impostazione del disegno di valutazione, coordinamento del processo di monitoraggio e valutazione e comunicazione dei risultati della valutazione;
- il RAF è responsabile del monitoraggio finanziario e contabile;
- gli Animatori polifunzionali del GAL curano la rilevazione e l'analisi dei dati funzionali sia al monitoraggio che alla valutazione; curano inoltre la predisposizione della reportistica e supportano il Direttore in tutto il ciclo di attuazione del PdA;
- l'assistente amministrativo supporta le attività connesse al ciclo di attuazione del PdA e in particolar modo le attività di monitoraggio e valutazione;
- l'esperto di Comunicazione, supporta il Direttore nelle attività di comunicazione con particolare riguardo ai social network, la predisposizione di infografiche, il sito internet istituzionale e la predisposizione degli strumenti di rilevazione delle informazioni.

Le attività di monitoraggio e valutazione sono oggetto di specifiche e periodiche riunioni di **verifica sullo stato di avanzamento** del PdA e della SSL, finalizzate a condividere gli avanzamenti dei lavori nonché l'impostazione, i metodi e gli strumenti del disegno di valutazione.

Il **personale del GAL**, per il tempo dedicato alla valutazione, troverà remunerazione all'interno dei rapporti di lavoro in essere a valere sui fondi del Sotto intervento B - Sostegno per i costi di animazione e gestione delle Strategie di Sviluppo Locale, previsto nell'ambito dell'intervento SRG06 LEADER: Attuazione delle Strategie di Sviluppo Locale- CRS 2023 -2027. Tale gruppo di lavoro stabile potrà essere integrato all'occorrenza in fasi successive da uno o più apporti specialistici esterni per indagini mirate. Il PdA prevede che, mentre le attività di monitoraggio e sorveglianza siano esclusivamente in capo al Direttore e al RAF, le attività di valutazione in itinere ed ex post possano coinvolgere anche un soggetto indipendente terzo. L'onere per eventuali supporti specialistici esterni potrà trovare copertura sempre sui fondi del Sotto intervento B - Sostegno per i costi di animazione e gestione delle Strategie di Sviluppo Locale, previsto nell'ambito dell'intervento SRG06 LEADER: Attuazione delle Strategie di Sviluppo Locale- CRS 2023 -2027.

Struttura tecnica del GAL: funzionamento e organizzazione programmata

La Struttura Tecnica organizzativa e gestionale del GAL BMG è composta da un **gruppo multidisciplinare di professionisti con competenze sia di tipo amministrativo-finanziario e gestionale** che di tipo **tecnico e di settore**:

- n. 1 Direttore responsabile con funzioni di direzione e coordinamento delle attività del GAL. Più in dettaglio, il Direttore è responsabile della direzione e coordinamento della struttura tecnica, della preparazione delle procedure di selezione, dell'animazione e del coordinamento degli attori locali, del coordinamento attuativo del PdA, del monitoraggio e sorveglianza del PdA;
- n. 1 Responsabile Amministrativo e Finanziario (RAF) con funzioni di gestione fiscale contabile ed amministrativa, di responsabilità nel procedimento amministrativo legato alle domande di aiuto e concessione del sostegno e di monitoraggio e sorveglianza del PdA;
- n. 1 Animatore polifunzionale con funzioni di animazione e coordinamento degli attori locali, nonché con connesse funzioni di istruttoria tecnico amministrativa, monitoraggio e sorveglianza del PdA; supporto a Direttore e RAF nelle attività di competenza; funzioni di back office e front office.

Oltre a questa **struttura minima**, sono state previste inoltre n. **3 figure aggiuntive** alla Struttura Tecnica:

- n. 1 Assistente Amministrativo con funzioni di supporto del RAF e del Direttore nelle procedure di acquisizione di beni e servizi, nelle attività di rendicontazione e in tutte le attività amministrative necessarie per l'attuazione del PDA (con particolare riferimento alle attività di monitoraggio e valutazione);
- n. 1 Animatore polifunzionale con funzioni di animazione e coordinamento degli attori locali, nonché con connesse funzioni di istruttoria tecnico amministrativa, monitoraggio e sorveglianza del PdA; supporto a Direttore e RAF nelle attività di competenza; funzioni di back office e front office;
- n. 1 Esperto di comunicazione e gestione media con funzioni di animazione e comunicazione, con connesse funzioni di segreteria; supporto a Direttore e RAF nelle attività di competenza; funzioni di back office e front office inerenti.

La fondazione GAL BMG non ha al suo interno personale dipendente con contratto di lavoro subordinato, tutte le figure della struttura tecnica, pari a 6 unità, sono contrattualizzate con un contratto di prestazione professionale autonoma.

Il GAL BMG si avvale, inoltre, di professionisti esterni selezionati attraverso *Short List*.

Strutture di governance e funzioni svolte

Il GAL Distretto Rurale BMG, costituito nel 2009, è una Fondazione di partecipazione composta da 22 soci pubblici e oltre 200 privati, rappresentativi delle principali componenti istituzionali, economiche e sociali del territorio.

Ai sensi dell'Art. 16 dello Statuto, sono **organi di governo** della Fondazione:

- l'Assemblea dei soci, presieduta dal Presidente, è costituita dai Fondatori, dai Partecipanti e dai Sostenitori e si riunisce in via ordinaria su convocazione del Presidente, come previsto dall'art.17 dello Statuto. Si riunisce poi in via straordinaria ogni qual volta è necessario;
- il Consiglio di Amministrazione, organo decisionale del GAL, ha compiti di ordinaria e straordinaria amministrazione per il conseguimento degli scopi dell'ente e per l'attuazione del PdA;
- il Presidente, eletto dall'Assemblea dei soci, è il rappresentante legale dell'Ente;
- il Sindaco revisore, eletto dall'Assemblea dei soci, svolge funzioni di controllo amministrativo e contabile.

Oltre alle strutture di governance suddette, si prevede di attivare anche altre **strutture supplementari** quali:

- l'Assemblea dei sindaci, con funzioni consultive in relazione ad ogni oggetto di interesse del GAL;
- il Forum plenario del turismo sostenibile: uno spazio di confronto dedicato al turismo sostenibile in cui sviluppare il processo partecipato con le istituzioni, gli enti, le associazioni di categoria, i centri di ricerca, i cittadini e tutta la società civile. Si prevede di realizzare Tavoli tematici dedicati con tagli diversi: uno di taglio più sociale e culturale - con valorizzazione della cultura materiale e immateriale del territorio -, uno di taglio più naturalistico e, infine, uno dedicato al turismo esperienziale delle produzioni agroalimentari e artigianali.

B.10. Piano di animazione e comunicazione

Analisi delle esperienze e dei risultati del precedente periodo di programmazione: le attività di animazione e comunicazione.

Nell'attuazione del precedente Piano di Sviluppo Locale, il GAL BMG ha svolto un insieme di azioni coerenti integrate tra di esse, aventi come obiettivi principali il **coinvolgimento attivo degli operatori locali e la promozione del territorio**.

Si illustrano di seguito gli obiettivi del piano di comunicazione e le relative attività.

Obiettivo

1. Coinvolgere gli operatori locali e rafforzare la loro capacità di elaborare e attuare operazioni

Attività

- 1.1. Incontri periodici nel territorio in modalità sincrona e asincrona (presentazione dei bandi, azioni di sistema, di cooperazione e altre attività);
- 1.2. Assistenza tecnica ai beneficiari e i richiedenti;
- 1.3. Attività di front office (sede operativa del GAL BMG);
- 1.4. Aggiornamento continuo dei canali social, del sito e invio di newsletter periodiche;
- 1.5. Predisposizione materiale informativo (infografiche e news)
- 1.6. Formazione:
 - laboratorio di capacity building;
 - servizio di helpdesk;
 - Brand identity;
 - strategie di buona accoglienza;
 - autoimprenditorialità;
 - fundraising.
- 1.7. Seminari e webinar:
 - Turismo responsabile e sostenibile: esperienze nazionali e internazionali nelle comunità rurali;
 - Il turismo rurale ed esperienziale in Europa;
 - Il valore dei servizi turistici per un territorio attrattivo;
 - Strumenti per la definizione del modello di business: il Business Model Canvas

Obiettivo

2. Promozione del territorio e delle imprese

Attività

- 2.1 Predisposizione materiale informativo/promozionale (opuscoli di storytelling sul territorio e itinerari del GAL, profilo wikiloc, Video e infografiche)
- 2.2 Contenuti sui social, news sul sito web e aggiornamento delle sezioni del sito dedicate e promozione degli eventi del territorio;
- 2.3 Realizzazione di un'applicazione interattiva contenente l'offerta turistica del territorio denominata "La bussola digitale"
- 2.4 Visite di studio/educational tour: promozione del territorio a livello locale, nazionale ed internazionale;
- 2.5 Partecipazione alla fiera TTG Travel Experience e a eventi di promozione dei prodotti del territorio a New York;
- 2.6 GAL BMG stories – interviste alle imprese del territorio <https://www.GALbmg.it/stories/>
- 2.7 Raccolta dati (sul territorio, sugli attrattori, sulle esigenze dei beneficiari);
- 2.9 Redazione di una carta di qualità dei servizi turistici condivisa (la carta è il frutto di un processo partecipato).

Obiettivo

- 3. Facilitare la partecipazione degli attori locali ai processi decisionali

Attività

- 3.1 Percorso partecipativo CLLD
- 3.2 Incontri di rimodulazione del PDA
- 3.3 Somministrazione di questionari/interviste

I canali e gli strumenti di animazione e comunicazione utilizzati nella programmazione 2014-2022 sono stati i seguenti:

- Campagne email periodiche (Newsletter mailchimp);
- Strumenti di partecipazione interattiva: AHASLIDES;
- Recall telefonico;
- Sms + broadcast whatsapp;
- Comunicati stampa;
- Interviste con i media locali;
- Seminari e webinar;
- Riunioni, assemblee, incontri face to face;
- Visite di studio attività di cooperazione (seminari, steering committee – incontri comitato di pilotaggio, attività outdoor);
- Interviste alle aziende del territorio (GAL BMG stories);
- Pagine social del GAL (facebook + instagram + you tube)
- Identità visiva
 - Loghi istituzionali
 - Cartellonistica
 - Firma email
 - Gadgets
 - Matite
 - Penne
 - Shopper
 - Cartelline

Opuscolo sugli itinerari del GAL e percorsi tracciati su App Wikiloc;

- Storytelling su tutti i comuni dell'area GAL BMG;
- Moduli di Google (iscrizione alle attività, manifestazione di interesse etc...);

Strategia di comunicazione e animazione: finalità generali, obiettivi specifici, azioni e destinatari delle attività di animazione e comunicazione

La strategia di comunicazione e animazione ha l'obiettivo di facilitare la partecipazione attiva dei diversi portatori di interesse alle attività del GAL in tutte le sue fasi di attività. Inoltre, la strategia vuole stimolare una comunità di supporto allo sviluppo delle azioni del GAL e creare, quindi, un senso di interesse, adesione e partecipazione alle iniziative.

Essa è definita dalla struttura tecnica del GAL, approvata dal CDA e declinata in funzione delle diverse tipologie di target che includono un target interno ed uno esterno.

Target interno

Amministratori e collaboratori dell'ente, direttamente coinvolti nel processo di comunicazione verso l'esterno.

Target esterno

- Soci;
- Portatori di interesse: singoli operatori, aziende, istituzioni, consorzi, cittadini, reti etc.;
- Beneficiari potenziali: sono beneficiari potenziali tutti coloro che possono accedere agli interventi previsti dalla strategia

di sviluppo, in qualità di destinatari del sostegno;

- Beneficiari effettivi: sono coloro che usufruiscono dei finanziamenti previsti dai bandi;
- Comunità locali;
- Moltiplicatori di informazione: tra cui il partenariato, gli organi di informazione locale, le istituzioni, etc.
- Autorità di Gestione RAS /Rete Rurale Nazionale/Unione Europea

Gli **obiettivi della Strategia di comunicazione** sono integrati e, in particolare, hanno il fine di:

- Coinvolgere gli operatori locali e rafforzare la loro capacità di elaborare e attuare operazioni
- Facilitare la partecipazione degli attori locali ai processi decisionali
- gestire la promozione della comunicazione interna in un'ottica di coordinamento e benessere organizzativo;
- pubblicizzare nell'area GAL BMG il ruolo dell'Unione Europea e della RAS nello sviluppo rurale, quanto realizzato attraverso il CSR evidenziando i risultati e l'impatto degli interventi;
- sviluppare e programmare attività e materiali pubblicitari atti alla diffusione di informazioni relative alle iniziative, attività e azioni proposte, poste in essere e concluse dal GAL BMG;
- favorire l'accesso ai documenti del GAL e alle informazioni sul GAL, garantendone chiarezza, completezza e accessibilità;
- facilitare la partecipazione più ampia possibile ai bandi fornendo informazioni per i candidati ed assistenza tecnica alle persone fisiche, imprese/enti interessati.
- catalizzare idee e proposte, stimolando la partecipazione di operatori, enti ed istituzioni alla formazione di una base di conoscenza condivisa;
- favorire lo sviluppo di sinergie nel territorio;
- sviluppare collaborazione con altri GAL a livello comunitario;
- favorire lo sviluppo di partenariati al fine della partecipazione a progetti nazionali/internazionali che incrementino lo spettro di azione delle attività del GAL e la visibilità del territorio;
- diffondere informazioni/notizie relative a attività che sono in corso;
- valorizzare il territorio in ambito turistico;
- curare e monitorare l'identità visiva e l'immagine del GAL nel rispetto di quanto previsto dalle disposizioni in materia di informazione e pubblicità.

Per quanto concerne le **attività di animazione saranno integrate a quelle di comunicazione**, favorendo lo sviluppo di alcuni **obiettivi specifici**:

- sviluppare la consapevolezza e la partecipazione degli operatori, portatori di interesse, istituzioni, cittadini, in relazione alle azioni del GAL e al ruolo dell'Unione Europea;
- rafforzare la presenza del GAL nel territorio;
- sensibilizzare gli attori locali allo sviluppo partecipato;
- agevolare una maggiore partecipazione ai bandi;
- fornire assistenza tecnica dalla fase di predisposizione, implementazione e conclusione del progetto;

Tali obiettivi saranno conseguiti utilizzando una serie di **strumenti**, che favoriscano le attività di comunicazione e animazione:

- Sito web www.GALbmg.it;
- Direct mail e newsletter (Mailchimp);
- Social media: Facebook, instagram, you tube, Broadcast Whatsapp;
- Sponsorizzazioni su Meta Business Suite;
- Comunicati stampa;
- Incontri pubblici;
- Incontri di supporto tecnico;
- Attività di fronte office;
- Seminari;
- Pubblicazione materiale divulgativo;
- Attività di animazione nel territorio;
- Interviste e questionari ai portatori di interesse e beneficiari dei bandi;
- Strumenti di partecipazione interattiva;
- Riunioni, assemblee, appuntamenti face to face.

Modalità di attuazione e budget

La realizzazione del piano di comunicazione e animazione per accompagnare l'attuazione della Strategia di Sviluppo Locale nel territorio del GAL BMG, prevede le modalità di attuazione di seguito descritte per fasi di lavoro:

Definizione degli obiettivi e delle priorità - Il gruppo di lavoro dedicato definirà gli obiettivi chiave per la comunicazione e l'animazione, che saranno specifici, misurabili, realistici e condivisi da tutti.



Pianificazione strategica - verrà sviluppata una strategia dettagliata che delinei le azioni necessarie per raggiungere gli obiettivi stabiliti. Questa strategia includerà le iniziative specifiche da intraprendere, i tempi di realizzazione e le risorse necessarie.

Creazione del piano di comunicazione e animazione - sarà sviluppato un piano di comunicazione dedicato che consenta di diffondere le informazioni relative alla Strategia di Sviluppo Locale e coinvolgere la comunità e che includerà l'identificazione del pubblico target, la scelta dei canali di comunicazione, tra cui media tradizionali, social media, siti web e eventi, lo sviluppo di contenuti, messaggi chiave e materiali promozionali e il calendario delle attività di comunicazione.

Implementazione delle iniziative - saranno messe in atto le iniziative e le azioni previste nel piano di comunicazione della strategia. Queste potranno includere: attività di animazione e coinvolgimento, organizzazione di eventi e altre attività per coinvolgere attivamente la comunità locale. Queste attività possono aiutare a promuovere la partecipazione e a mantenere una comunicazione costante con la comunità locale e vivo l'interesse della stessa nel processo di sviluppo, condividendo aggiornamenti sui risultati conseguiti.

Valutazione e monitoraggio - periodicamente saranno valutati i progressi rispetto agli obiettivi, apportate eventuali correzioni alla strategia e al piano di comunicazione, tenuti sotto controllo i costi e gestisci il budget in modo responsabile.

Budget - i costi specifici coerenti con le iniziative e le attività pianificate, includeranno spese per il personale, la promozione, la logistica degli eventi, la produzione di materiali promozionali e la valutazione. La sostenibilità finanziaria sarà attentamente gestita per garantire il successo a lungo termine della Strategia di Sviluppo Locale.

Si prevede di dedicare ai costi di animazione e comunicazione un budget complessivo di circa 200.000 euro.

Organizzazione e governance

Di seguito si illustrano le strutture e le figure professionali che rappresentano la governance dell'attuazione del piano di comunicazione e animazione del GAL BMG.

Il **Consiglio di amministrazione**: organo di indirizzo e di individuazione delle strategie. Svolge un ruolo operativo nelle fasi di approvazione del piano di comunicazione e di attuazione del piano di azione.

Il **Presidente** ha ruolo fondamentale e operativo: partecipa alle assemblee pubbliche, rilascia dichiarazioni ai media, condivide progetti e obiettivi con i soci.

Il **Direttore tecnico** svolge un ruolo di supervisione, guida, coordina e legittima dall'interno il processo di pianificazione della comunicazione.

Il **Responsabile Amministrativo Finanziario** definisce le schede di budget per ogni singola azione, guida forniture e servizi esterni.

L'**Assistente amministrativo** ha il compito di supportare il RAF e il Direttore nelle procedure di acquisizione di beni e servizi, nelle attività di rendicontazione e in tutte le attività amministrative necessarie per l'attuazione del PDA.

L'**Esperto in comunicazione e gestione media** si occupa di pianificare, gestire e ottimizzare le azioni di comunicazione – con particolare riferimento ai canali “web e social” - e, più in generale, di supportare il GAL nelle azioni di animazione e coinvolgimento territoriale.

Gli **Animatori polifunzionali** hanno il compito di rafforzare le capacità dei soggetti locali di elaborare e attuare operazioni anche stimolando la capacità di gestione dei progetti, attraverso attività di animazione, coinvolgimento ed informazione. A tale fine svolge pure un ruolo nell'ambito del monitoraggio e sorveglianza circa l'attuazione del PdA, costruendo, mantenendo e rendendo perciò effettivo il rapporto con i beneficiari.

Per l'attuazione del Piano di Azione per il periodo di programmazione 2023-2027, il gruppo già consolidato, sulla base delle esigenze specifiche, potrà essere integrato con la figura di un **addetto stampa** che sarà selezionato tramite la Short list del GAL BMG e si occuperà della produzione di contenuti e note stampa da veicolare sui media locali e regionali, manterrà i rapporti con i giornalisti e organizzerà conferenze stampa.

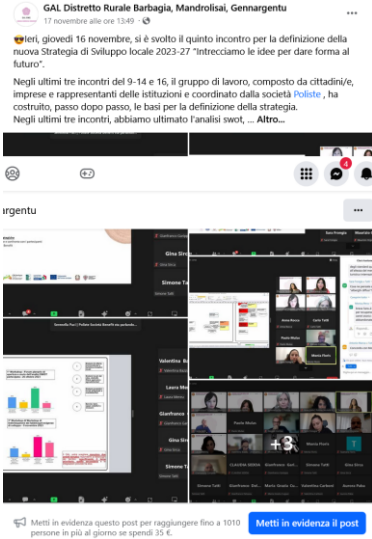
Monitoraggio e valutazione della strategia di animazione e comunicazione

Per il monitoraggio e la valutazione della strategia di comunicazione e animazione, saranno utilizzati strumenti e indicatori come da tabella seguente.

Strumento di comunicazione	Dati riscontrabili
Sito web	N° news sul sito
Direct mail e newsletter	N° di mail inviate Tasso medio di apertura mostra una media di tutti i tassi di apertura da ogni campagna email inviata. Tasso medio di iscritti visualizza il numero di persone iscritte alle tue email ogni mese in media.

Social media	N° post informativi sui canali e livello di coinvolgimento del pubblico (insight)
Comunicati stampa	N° di articoli pubblicati (rassegna stampa) e numero di interviste
Incontri pubblici Assemblea	N° incontri N° partecipanti Intervista ad un campione di partecipanti
Seminari	N° incontri N° partecipanti
Determinazioni adottate e pubblicate	N° di documenti prodotti

Attività di comunicazione obbligatorie ai fini dell'ammissibilità del sostegno preparatorio SRG05

a) creazione o aggiornamento di un sito web con apposita sezione dedicata al PdA 2023-2027;	www.galbm.it https://www.galbm.it/programmazione-2023-2027/
b) implementazione attività su social media	Si riportano a seguire i link alle due pagine social su cui è stata realizzata un'intensa attività di promozione e diffusione del percorso partecipativo, con oltre 40 post pubblicati. https://www.facebook.com/GALBMG https://www.instagram.com/GAL_bmg Esempi di post pubblicati:  

c) promozione su almeno uno dei seguenti canali tradizionali: TV locali, radio locali, giornali a diffusione locale,

Il percorso è stato promosso su numerosi canali tradizionali.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, si forniscono di seguito alcuni esempi:

seguito, https://www.videolina.it/articolo/tg/2023/10/22/centro_sardegna_frenare_spopolamento_e_disoccupazione_ecco_il_pia-78-1189654.html

Rai3 19 ottobre 2023:

<https://www.dropbox.com/scl/fi/sug01g7crjmrldjwq8h000/RAITRE-19-OTTOBRE-2023.mp4?rlkey=nhp9a68hd6yu1l7f8k0e78lp4&dl=0>

<https://www.sassarinotizie.com/2023/10/19/GAL-barbagia-mandrolisai-gennargentu-35mln-di-euro-per-combattere-lo-spopolamento/>

<https://www.sassarinotizie.com/2023/12/01/si-delinea-la-strategia-per-lo-sviluppo-del-territorio-del-GAL-barbagia-mandrolisai-gennargentu/>

<https://www.rainews.it/tgr/sardegna/articoli/2023/10/spopolamento-e-disoccupazione-il-centro-sardegna-decide-le-strategie-di-contrasto-5b16788c-80b8-4e26-8a59-3f554492db21.html>

<https://amp.sardegnaive.net/news/in-sardegna/461523/tre-milioni-e-mezzo-per-lo-sviluppo-del-GAL-barbagia-mandrolisai-gennargentu#>





PARTE C – Parti specifiche FSE+

C.1. I componenti del Partenariato Pubblico Strategico

Descrizione

Denominazione dei Componenti il Partenariato	☐ Gruppi di Azione locale nel settore della pesca (Fisheries Local Action Groups - FLAG) costituiti in Sardegna nell'ambito dell'attuazione delle specifiche linee relative allo sviluppo locale partecipativo nel quadro dei programmi cofinanziati dal FEAMP; X Unioni di Comuni, Comunità Montane, Province e Città Metropolitana di Cagliari, Rete metropolitana di Sassari, Comuni non rientranti nel GAL (ad es: urbani e costieri); ☐ Parchi Nazionali, Parchi Regionali e Aree Marine Protette; X Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (CCIAA); ☐ Altri soggetti pubblici (come ad esempio Università, Centri pubblici di ricerca, etc.) Il partenariato è costituito dai seguenti componenti: 1. Provincia di Nuoro 2. Provincia di Oristano 3. Provincia del Sud Sardegna 4. Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Commercio di Cagliari-Oristano 5. Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Nuoro 6. Comunità Montana Sarcidano Barbagia di Seulo
Ratio della strutturazione del Partenariato e modalità di coordinamento per lo svolgimento delle attività	Il GAL BMG ha ritenuto importante costruire e rafforzare le relazioni con i soggetti pubblici che operano nel territorio. La composizione del partenariato amplia la rete degli attori che hanno efficacemente collaborato nell'ambito delle attività previste dal progetto "Sardegna, Il Cuore: Ultima roccaforte dell'anima più antica e più autentica dell'Isola", con la finalità di realizzare un piano per sviluppare il turismo nella Sardegna interna, partendo dalle specificità del territorio, con l'obiettivo di organizzare e valorizzare l'offerta turistica e rendere fruibile al Turista Contemporaneo le aree interne della Sardegna, le sue tradizioni e i suoi ritmi durante l'intero arco dell'anno, superando l'attuale offerta turistica che si presenta con prodotti frammentati, disomogenei e difficili da individuare. Considerata l'articolazione degli interventi formativi e l'impatto previsto sulle dinamiche occupazionali nel territorio, ai partner già presenti nel partenariato del progetto (Camera di Commercio Nuoro, Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai, Comunità Montana Sarcidano Barbagia di Seulo, GAL Barigadu Guilcer, Provincia di Oristano, Provincia del Sud Sardegna, Unione dei Comuni Barbagia), si sono aggiunti il GAL Sarcidano, Barbagia di Seulo, la Provincia di Nuoro e la Camera di Commercio di Cagliari-Oristano. Due dei partner, l'Unione dei Comuni Barbagia e la Comunità Montana Gennargentu Mandrolisai, sono soci del GAL BMG. In particolare, le funzioni istituzionali, le competenze e le esperienze maturate dai partner potranno contribuire in modo significativo a incrementare le

	potenzialità di ricaduta degli interventi per le persone e le imprese del territorio. Il ruolo di coordinamento e capofila, in continuità con le azioni già svolte nell'ambito del progetto "Sardegna, il Cuore", e alle azioni sviluppate nella precedente programmazione, sarà svolto dal GAL BMG che opererà in linea con le previsioni del protocollo di intesa sottoscritto dai partner. In qualità di capofila, il GAL BMG si occuperà del coordinamento e del monitoraggio delle attività, coinvolgerà attivamente i partner e garantirà un sistema di comunicazione interna ed esterna efficace. La Rete Strategica a supporto delle strategie di sviluppo locale del GAL Barbagia Mandrolisai Gennargentu, del GAL Sarcidano Barbagia di Seulo e del GAL Barigadu Guilcer, andranno a costituire la cabina operativa della Strategia di sviluppo e del programma delle attività FSE+. Tutti i partner parteciperanno al Forum permanente del Turismo Sostenibile, una struttura di governance supplementare già avviata che potrà contribuire a sviluppare le sinergie tra le attività FSE+ e le azioni FEASR.
--	---

C.2. Componente Partenariato

Componente 1 Partenariato

Descrizione

Denominazione del Componente	Provincia di Nuoro
Classificazione Organismo/Soggetto	☐ Gruppi di Azione locale nel settore della pesca (Fisheries Local Action Groups - FLAG) costituiti in Sardegna nell'ambito dell'attuazione delle specifiche linee relative allo sviluppo locale partecipativo nel quadro dei programmi cofinanziati dal FEAMP; X Unioni di Comuni, Comunità Montane, Province e Città Metropolitana di Cagliari, Rete metropolitana di Sassari, Comuni non rientranti nel GAL (ad es: urbani e costieri); ☐ Parchi Nazionali, Parchi Regionali e Aree Marine Protette; ☐ Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (CCIAA); ☐ Altri soggetti pubblici (come ad esempio Università, Centri pubblici di ricerca, etc.)

Competenze ed Esperienze

Competenze ed esperienze del Componente del Partenariato coerenti con la strategia (max 1.000 caratteri)	La Provincia di Nuoro apporta importanti competenze e conoscenze in termini di implementazione delle Strategie Locali. Ha realizzato diversi interventi per la valorizzazione del territorio, la qualificazione dell'offerta e lo sviluppo dell'accoglienza. Rilevante è la collaborazione in progetti in ambito turistico attuati con il Programma Interreg Italia Francia. Il primo "Terragir3" ha l'obiettivo di aumentare la sostenibilità della domanda turistica transfrontaliera contrastando il fenomeno del "turismo di massa". Inoltre, è impegnata, nel Progetto "CAMmini e Biodiversità: Valorizzazione Itinerari e Accessibilità per la Transumanza" denominato "CAMBIO-VIA". Un altro progetto è stato attuato per costituire una rete di reti e diffondere i risultati ottenuti dal progetto Food & Wine Market Place. Nell'ambito del Progetto 'CAP.TERRES' è stata realizzata una proposta formativa a favore delle imprese al fine di ottimizzare la promozione dell'offerta dei propri prodotti o servizi; Il progetto Visit Nuorese, finanziato dalla Regione Autonoma della Sardegna, volto alla creazione di un sistema di offerta
--	--

	sostenibile che valorizzi le peculiarità del territorio e risponda alle motivazioni ed alle nuove esigenze del consumatore.
Ruolo del Componente del Partenariato nell'ambito della strategia (max 1.000 caratteri)	La Provincia di Nuoro contribuisce al buon esito della Strategia attraverso una collaborazione attiva con tutti i Partner per la diffusione dei percorsi formativi posti in essere e pubblicati dal GAL tramite Avviso sia per il rafforzamento, in generale, delle competenze e conoscenze che per la creazione e sviluppo di impresa. Inoltre, si occuperà di diffondere le informazioni e sensibilizzare la popolazione in merito alle azioni di sviluppo previste dal Piano di Azione. Infine, congiuntamente agli altri partner, provvederà alla calendarizzazione delle iniziative formative, avendo cura di evitare sovrapposizioni temporali e contenutistiche.

Componente 2 Partenariato

Descrizione

Denominazione del Componente	Provincia di Oristano
Classificazione Organismo/Soggetto	☐ Gruppi di Azione locale nel settore della pesca (Fisheries Local Action Groups - FLAG) costituiti in Sardegna nell'ambito dell'attuazione delle specifiche linee relative allo sviluppo locale partecipativo nel quadro dei programmi cofinanziati dal FEAMP; X Unioni di Comuni, Comunità Montane, Province e Città Metropolitana di Cagliari, Rete metropolitana di Sassari, Comuni non rientranti nel GAL (ad es: urbani e costieri); ☐ Parchi Nazionali, Parchi Regionali e Aree Marine Protette; ☐ Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (CCIAA); ☐ Altri soggetti pubblici (come ad esempio Università, Centri pubblici di ricerca, etc.)

Competenze ed Esperienze

Competenze ed esperienze del Componente del Partenariato coerenti con la strategia (max 1.000 caratteri)	La Provincia di Oristano, con il PLUS, ha elaborato e realizzato numerosi interventi integrati di formazione e politiche attive del lavoro con percorsi di formazione volti all'orientamento al lavoro e all'alfabetizzazione informatica. In ambito turistico rilevanti sono gli interventi integrati di formazione riguardanti il Marketing territoriale con diversi corsi attivati in collaborazione con IFOLD. Dal 2004 è attivo un portale turistico informativo della Provincia di Oristano, il cui obiettivo è quello di promuovere il territorio.
Ruolo del Componente del Partenariato nell'ambito della strategia (max 1.000 caratteri)	La Provincia di Oristano contribuisce al buon esito della Strategia attraverso una collaborazione attiva con tutti i Partner per la diffusione dei percorsi formativi posti in essere e pubblicati dal GAL tramite Avviso sia per il rafforzamento, in generale, delle competenze e conoscenze che per la creazione e sviluppo di impresa. Inoltre, si occuperà di diffondere le informazioni e sensibilizzare la popolazione in merito alle azioni di sviluppo previste dal Piano di Azione. Infine, congiuntamente agli altri partner, provvederà alla calendarizzazione delle iniziative formative, avendo cura di evitare sovrapposizioni temporali e contenutistiche.

Componente 3 Partenariato

Descrizione

Denominazione del Componente	Provincia del Sud Sardegna
Classificazione Organismo/Soggetto	☐ Gruppi di Azione locale nel settore della pesca (Fisheries Local Action Groups - FLAG) costituiti in Sardegna nell'ambito dell'attuazione delle specifiche linee relative allo sviluppo locale partecipativo nel quadro dei programmi cofinanziati dal FEAMP; X Unioni di Comuni, Comunità Montane, Province e Città Metropolitana di Cagliari, Rete metropolitana di Sassari, Comuni non rientranti nel GAL (ad es: urbani e costieri); ☐ Parchi Nazionali, Parchi Regionali e Aree Marine Protette; ☐ Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (CCIAA); ☐ Altri soggetti pubblici (come ad esempio Università, Centri pubblici di ricerca, etc.)

Competenze ed Esperienze

Competenze ed esperienze del Componente del Partenariato coerenti con la strategia (max 1.000 caratteri)	La Provincia del Sud Sardegna apporterà al partenariato significative esperienze nella elaborazione e promozione di strategie di sviluppo locale e territoriale. Il Partner ha realizzato numerosi interventi integrati di formazione e politiche attive del lavoro attraverso percorsi formativi per l'acquisizione di qualifiche professionali e orientati verso la preparazione di figure che possano trovare sbocco occupazionale nei settori strategici per lo sviluppo economico ed imprenditoriale del territorio provinciale, quali ad esempio il turismo, l'agricoltura e l'inclusione sociale. Nel 2019 ha firmato un Accordo Quadro con la Regione e la Comunità Montana Sarcidano Barbagia di Seulo relativo al Progetto di Sviluppo Territoriale "Sarcidano Barbagia di Seulo, terre d'acqua e pietra" che ha l'obiettivo di stimolare l'innovazione del tessuto produttivo del territorio, attraverso la realizzazione di un sistema di percorsi incrementando l'accessibilità turistica di tutta l'area.
Ruolo del Componente del Partenariato nell'ambito della strategia (max 1.000 caratteri)	La Provincia del Sud Sardegna contribuisce al buon esito della Strategia attraverso una collaborazione attiva con tutti i Partner per la diffusione dei percorsi formativi posti in essere e pubblicati dal GAL tramite Avviso sia per il rafforzamento, in generale, delle competenze e conoscenze che per la creazione e sviluppo di impresa. Inoltre, si occuperà di diffondere le informazioni e sensibilizzare la popolazione in merito alle azioni di sviluppo previste dal Piano di Azione. Infine, congiuntamente agli altri partner, provvederà alla calendarizzazione delle iniziative formative, avendo cura di evitare sovrapposizioni temporali e contenutistiche.

Componente 4 Partenariato

Descrizione

Denominazione del Componente	Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Commercio di Cagliari-Oristano
Classificazione Organismo/Soggetto	☐ Gruppi di Azione locale nel settore della pesca (Fisheries Local Action Groups - FLAG) costituiti in

	Sardegna nell'ambito dell'attuazione delle specifiche linee relative allo sviluppo locale partecipativo nel quadro dei programmi cofinanziati dal FEAMP; ☐ Unioni di Comuni, Comunità Montane, Province e Città Metropolitana di Cagliari, Rete metropolitana di Sassari, Comuni non rientranti nel GAL (ad es: urbani e costieri); ☐ Parchi Nazionali, Parchi Regionali e Aree Marine Protette; X Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (CCIAA); ☐ Altri soggetti pubblici (come ad esempio Università, Centri pubblici di ricerca, etc.)
--	--

Competenze ed Esperienze

Competenze ed esperienze del Componente del Partenariato coerenti con la strategia (max 1.000 caratteri)	L'apporto del Partner è fondamentale nell'ottica dello sviluppo delle imprese e della formazione. In linea con le sue funzioni istituzionali e di crescita del tessuto economico, produttivo e occupazionale del territorio, ha organizzato diversi corsi di formazione rivolta alla creazione di impresa, come il Percorso "Fai Impresa" Nell'ambito turistico di rilevante importanza è la partecipazione, come capofila, al progetto Interreg Francia Italia "itinERA" con lo scopo di incrementare la competitività internazionale delle PMI operanti nel settore dell'eco-turismo. Un altro progetto portato avanti dal Partner in ambito turistico è "Archeologika" per promuovere a livello nazionale e internazionale l'immagine della Sardegna e del suo immenso patrimonio archeologico.
Ruolo del Componente del Partenariato nell'ambito della strategia (max 1.000 caratteri)	La Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Cagliari-Oristano contribuisce al buon esito della Strategia attraverso una collaborazione attiva con tutti i Partner per la diffusione dei percorsi formativi posti in essere e pubblicati dal GAL tramite Avviso sia per il rafforzamento, in generale, delle competenze e conoscenze che per la creazione e sviluppo di impresa. Inoltre, si occuperà di diffondere le informazioni e sensibilizzare la popolazione in merito alle azioni di sviluppo previste dal Piano di Azione. Infine, congiuntamente agli altri partner, provvederà alla calendarizzazione delle iniziative formative, avendo cura di evitare sovrapposizioni temporali e contenutistiche.

Componente 5 Partenariato Descrizione

Denominazione del Componente	Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Commercio di Nuoro
Classificazione Organismo/Soggetto	☐ Gruppi di Azione locale nel settore della pesca (Fisheries Local Action Groups - FLAG) costituiti in Sardegna nell'ambito dell'attuazione delle specifiche linee relative allo sviluppo locale partecipativo nel quadro dei programmi cofinanziati dal FEAMP; ☐ Unioni di Comuni, Comunità Montane, Province e Città Metropolitana di Cagliari, Rete metropolitana di Sassari, Comuni non rientranti nel GAL (ad es: urbani e costieri); ☐ Parchi Nazionali, Parchi Regionali e Aree Marine Protette;

	X Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (CCIAA); ☐ Altri soggetti pubblici (come ad esempio Università, Centri pubblici di ricerca, etc.)
--	--

Competenze ed Esperienze

Competenze ed esperienze del Componente del Partenariato coerenti con la strategia (max 1.000 caratteri)	Il Partner, in sinergia con altri enti e Istituzioni locali, ha realizzato progetti per la crescita del sistema produttivo, per la formazione professionale degli imprenditori e dei collaboratori aziendali e per il sostegno all'occupazione. Importante è la conoscenza del territorio e le competenze e conoscenze acquisite nell'ambito della promozione del territorio e della cultura. La Camera di Commercio di Nuoro è protagonista nella realizzazione del Progetto "Distretto Culturale del Nuorese" per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Nel campo della formazione ha attivato diversi interventi formativi volti all'acquisizione di competenze trasversali per l'orientamento al lavoro o destinati alle imprese su tematiche quali ad esempio l'economia Circolare.
Ruolo del Componente del Partenariato nell'ambito della strategia (max 1.000 caratteri)	La Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Commercio di Nuoro contribuisce al buon esito della Strategia attraverso una collaborazione attiva con tutti i Partner per la diffusione dei percorsi formativi posti in essere e pubblicati dal GAL tramite Avviso sia per il rafforzamento, in generale, delle competenze e conoscenze che per la creazione e sviluppo di impresa. Inoltre, si occuperà di diffondere le informazioni e sensibilizzare la popolazione in merito alle azioni di sviluppo previste dal Piano di Azione. Infine, congiuntamente agli altri partner, provvederà alla calendarizzazione delle iniziative formative, avendo cura di evitare sovrapposizioni temporali e contenutistiche.

Componente 6 Partenariato Descrizione

Denominazione del Componente	Comunità Montana Sarcidano Barbagia di Seulo
Classificazione Organismo/Soggetto	☐ Gruppi di Azione locale nel settore della pesca (Fisheries Local Action Groups - FLAG) costituiti in Sardegna nell'ambito dell'attuazione delle specifiche linee relative allo sviluppo locale partecipativo nel quadro dei programmi cofinanziati dal FEAMP; X Unioni di Comuni, Comunità Montane, Province e Città Metropolitana di Cagliari, Rete metropolitana di Sassari, Comuni non rientranti nel GAL (ad es: urbani e costieri); ☐ Parchi Nazionali, Parchi Regionali e Aree Marine Protette; ☐ Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (CCIAA); ☐ Altri soggetti pubblici (come ad esempio Università, Centri pubblici di ricerca, etc.)

Competenze ed Esperienze

Competenze ed esperienze del Componente del Partenariato coerenti con la strategia (max 1.000 caratteri)	La Comunità Montana ha maturato competenze nella elaborazione e promozione di strategie di sviluppo territoriale. Nello specifico, ha elaborato un Piano Strategico Territoriale e, nel 2023, ha approvato il Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO) con l'obiettivo di migliorare la capacità programmatica. Il partner pertanto ha sviluppato importanti competenze in tema di capacità organizzativa e amministrativa confermata dalle iniziative di animazione e informazione sul territorio. È capofila del costituendo Distretto Rurale, un'importante occasione di sviluppo per il territorio al fine di valorizzare e promuovere i prodotti tipici, collegandoli in modo sinergico con ambiente, patrimonio culturale e turismo. Nel 2019 ha firmato l'Accordo di Programma Quadro con la Regione e la Provincia del Sud Sardegna, relativo al Progetto di Sviluppo Territoriale "Sarcidano Barbagia di Seulo, terre d'acqua e pietra". Dal 2020 è partner del progetto "Sardegna il Cuore".
Ruolo del Componente del Partenariato nell'ambito della strategia (max 1.000 caratteri)	La Comunità Montana Sarcidano Barbagia di Seulo contribuisce al buon esito della Strategia attraverso una collaborazione attiva con tutti i Partner per la diffusione dei percorsi formativi posti in essere e pubblicati dal GAL tramite Avviso sia per il rafforzamento, in generale, delle competenze e conoscenze che per la creazione e sviluppo di impresa. Inoltre, si occuperà di diffondere le informazioni e sensibilizzare la popolazione in merito alle azioni di sviluppo previste dal Piano di Azione. Infine, congiuntamente agli altri partner, provvederà alla calendarizzazione delle iniziative formative, avendo cura di evitare sovrapposizioni temporali e contenutistiche.

C.3. Il Processo di coinvolgimento della comunità locale nelle varie fasi di elaborazione della Strategia

<i>Descrivere il percorso che ha portato all'elaborazione della Strategia, dall'analisi del contesto alla definizione degli obiettivi e delle attività, e le modalità per garantire il coinvolgimento in fase di attuazione.</i> max 3000 caratteri
Il percorso attuato dal GAL BMG che ha portato alla definizione della Strategia si è svolto tra ottobre e dicembre 2023, con incontri in presenza e online che hanno avuto lo scopo di informare e coinvolgere gli attori locali e dare vita ad un cammino strutturato di progettazione partecipata. Tutti gli elementi che hanno portato all'elaborazione della Strategia sono stati svolti attraverso incontri di progettazione partecipata utilizzando metodologie partecipative e strumenti digitali di supporto alla discussione (Mentimeter®). Il percorso partecipato di rilevazione dei fabbisogni relativi al FSE+ è andato di pari passo e si è integrato con quello per la scrittura della Strategia del FEASR. L'attività di coinvolgimento e partecipazione della popolazione alla definizione della Strategia è stata preceduta da un incontro preliminare con l'Assemblea dei sindaci ed è stata ufficialmente avviata con l'incontro informativo a Gavoi, 26 ottobre, nel quale si è condiviso con i partecipanti il percorso della PPP le finalità, i metodi e gli obiettivi da raggiungere; sono stati illustrati il percorso e l'Avviso, ed è stata avviata la prima interlocuzione per l'analisi dei fabbisogni. Nel secondo e terzo incontro, 7 e 9 novembre su Zoom, il lavoro si è incentrato sull'analisi SWOT e l'individuazione dei fabbisogni e le esigenze di sviluppo del territorio. Nel corso di questi 2 incontri sono emerse anche le prime esigenze in ambito di acquisizione di competenze e di formazione. Il quarto incontro online (14 novembre) ha visto la gerarchizzazione dei fabbisogni per il FEASR e, nel contempo, sono stati individuati ulteriori fabbisogni relativi al FSE, in preparazione del Laboratorio regionale finalizzato all'analisi dei fabbisogni formativi e professionali. Due ulteriori incontri online, il workshop di definizione della visione strategica per lo sviluppo locale e quello per l'individuazione delle azioni orientate alla visione strategica, hanno preceduto il Laboratorio regionale organizzato dall'AT all'Autorità di Gestione FSE+ su Zoom il 22 novembre, in cui istituzioni, imprese, terzo settore, associazioni, cittadini e cittadine dei comuni GAL hanno apportato il proprio contributo alla discussione e alla rilevazione dei fabbisogni. L'obiettivo è stato quello di riprendere i fabbisogni emersi in parte negli incontri precedenti e di definire i fabbisogni in relazione ad ognuna delle AdS della Strategia di Specializzazione Intelligente S3. I fabbisogni individuati, sono stati integrati nella SSL e sistematizzati nelle azioni individuate e presentate, il 1 dicembre al meeting online al quale hanno partecipato gli amministratori degli enti locali soci del GAL, e nell'evento finale del percorso partecipativo che si è svolto a Sorgono il 4 dicembre 2023.

Nelle successive fasi di fine tuning, progettazione e attuazione il GAL utilizzerà modalità di coinvolgimento e momenti di animazione prima della pubblicazione dei bandi, con gli stakeholder che in fase di progettazione avranno manifestato un forte interesse e dato un concreto contributo a costruire la Strategia.

C.4. Le Aree di Specializzazione, traiettorie di sviluppo e fabbisogni formativi e professionali

Descrivere le traiettorie di sviluppo del territorio, a partire dalle Aree di Specializzazione della S3, individuate in fase di analisi del contesto, e i relativi fabbisogni formativi e professionali individuati, che orientano le attività strategiche.

max 3000 caratteri

La Strategia Formativa delineata dal GAL BMG si basa su un approccio formativo complesso e dettagliato, ispirato dall'analisi delle necessità formative specifiche del territorio. Queste esigenze sono emerse in seguito a sessioni di progettazione partecipata per la SSL e nel corso di un workshop organizzato dalla RAS per esaminare i fabbisogni formativi e professionali nella zona del GAL.

Il piano d'azione del GAL è incentrato sull'ambito tematico **Sistemi di offerta socio-culturali e turistico-ricreativi locali**. In questo contesto, sono state identificate le esigenze formative di varie professionalità e competenze, incluse quelle legate all'identità territoriale, alla valorizzazione del territorio e allo sviluppo di competenze di base.

L'analisi approfondita dei fabbisogni formativi ha permesso di formulare una proposta mirata e in linea con le esigenze territoriali, focalizzata sulla creazione di competenze strategiche, tecniche e fondamentali per potenziare ulteriormente la SSL.

I fabbisogni sono allineati agli obiettivi della S3, prevedono iniziative che mirano a innovare e accrescere la competitività del sistema produttivo in settori quali Turismo, cultura e ambiente, Agrifood e Agroindustria, Innovazione sociale, e nelle aree trasversali della Green&Blue Economy e della transizione ecologica ICT e digitale. Ciò influirà positivamente sullo sviluppo e l'occupazione nel territorio del GAL.

I principali fabbisogni rilevati includono:

- Promozione del territorio e dei suoi prodotti e servizi: miglioramento delle competenze in marketing digitale e approfondita comprensione dei mercati a livello regionale, nazionale e internazionale;
- Rafforzamento delle capacità imprenditoriali: migliorare le competenze gestionali esistenti, sviluppare un approccio più orientato all'imprenditorialità, offrire supporto e accompagnamento nella creazione di nuove imprese;
- Sviluppo e formazione di figure professionali che facilitano e supportano lo sviluppo di reti di imprese e al rafforzamento delle comunità locali attraverso la formazione di professionisti specializzati;
- Narrazione dell'identità e delle storie del territorio: sviluppare competenze specifiche tra gli operatori turistici e culturali per valorizzare e raccontare efficacemente l'identità e le storie locali;
- Analisi di buone pratiche settoriali e scambi con altre aree, per approfondire casi di successo, scambio di conoscenze e pratiche con altre aree territoriali;
- Miglioramento delle competenze linguistiche per potenziare la padronanza dell'inglese e facilitare l'interazione con un pubblico internazionale;
- Sviluppo di conoscenze e competenze per la sostenibilità ambientale e l'economia circolare per promuovere pratiche sostenibili e l'integrazione dell'economia circolare nel tessuto produttivo locale.

Questi fabbisogni riflettono l'Ambito Tematico scelto dalle comunità del GAL e si integrano efficacemente con le AdS della Strategia di Specializzazione Intelligente (S3) 2021-2027 della Regione Sardegna.

C.5. Il Quadro logico della proposta progettuale/strategica

Attività n.1	BMG Speaks English
<i>Indicare l'Area di Specializzazione, specifica e/o trasversale, interessata dall'intervento</i> ☒ Turismo, cultura e ambiente ☒ Agrifood e Agroindustria ☒ Innovazione sociale ☒ Green&Blue Economy e transizione ecologica (trasversale) ☒ ICT e transizione digitale (trasversale)	<i>Evidenziare la tipologia di attività che verrà attuata per soddisfare il fabbisogno e raggiungere gli obiettivi</i> ☐ Percorsi di formazione per l'acquisizione di qualifiche professionali nei settori strategici per la Regione, compresa quella legata ai temi dell'innovazione digitale e ecologica, e sviluppo di competenze professionalizzanti in settori specifici anche in continuità con le misure avviate nel 14/20 ☒ Attività integrate: percorsi formativi mirati, accompagnamento alla creazione di impresa, certificazione delle competenze e rafforzamento delle competenze degli operatori ☐ Interventi integrati di formazione e politiche attive del lavoro
<i>Descrivere nei campi sottostanti la logica d'intervento della proposta progettuale e specificamente gli obiettivi (generale e specifici) ed i risultati attesi dalla realizzazione delle attività progettuali. Questi devono essere il più specifici possibile ed espressione chiara dei cambiamenti che la proposta progettuale intende portare rispetto alla situazione iniziale (delineata nell'analisi di contesto).</i>	
Fabbisogno individuato in fase di analisi	Il percorso partecipativo e, in particolare, l'analisi dei fabbisogni hanno evidenziato un diffuso bisogno di miglioramento della conoscenza e utilizzo della lingua inglese, tra le persone appartenenti ai target di destinatari che vivono nel territorio, in riferimento a tutte le Aree di Specializzazione. La necessità di ridurre il divario linguistico è emersa negli incontri del percorso partecipativo, nei quali i partecipanti hanno rilevato e individuato un diffuso bisogno di miglioramento della conoscenza della lingua inglese sia per coloro che nell'attività lavorativa interagiscono con clienti e fornitori, sia per le persone che nelle comunità del territorio si trovano sempre più frequentemente ad interagire con cittadini stranieri. Le persone del territorio, inoltre, vivono la carenza di conoscenza della lingua come limitazione di possibilità di sviluppo personale e professionale, anche perché sempre più frequentemente la certificazione della conoscenza della lingua costituisce un requisito di accesso a possibili occupazioni e finanziamenti di iniziative di impresa.
Obiettivo generale	L'obiettivo generale della presente linea di azione concorre al miglioramento delle condizioni di accesso all'occupazione nel rispetto della priorità 1 – occupazione, in particolare dell'obiettivo specifico a) ESO4.1 del FSE+. L'attività di formazione linguistica supporta lo sviluppo economico sostenibile e inclusivo delle comunità del territorio del GAL BMG, nel rafforzamento della capacità di accoglienza nel territorio degli stranieri e nello sviluppo e promozione dei prodotti e dei servizi delle imprese a livello regionale, nazionale e internazionale, contribuendo anche a un incremento generale dell'attrattività e della competitività economica del territorio.
Obiettivi specifici	Gli obiettivi specifici dell'attività BMG Speaks English sono: ▪ fornire ai cittadini, soprattutto ai residenti del territorio del GAL, gli strumenti per acquisire o rafforzare le proprie conoscenze e competenze d'uso della lingua inglese, e conseguire una certificazione riconosciuta a livello internazionale che va dal livello B1 al C2 del Quadro comune europeo di riferimento per le lingue (QCER); ▪ incrementare il numero di persone nel territorio capaci di utilizzare la lingua inglese in situazioni di vita e professionali;

	▪ rafforzare tra i target di destinatari le potenzialità di accesso professionale nei contesti lavorativi in cui la certificazione della conoscenza della lingua inglese costituisce un requisito; ▪ consolidare le competenze delle risorse umane in riferimento all'Area di Specializzazione Turismo, cultura e ambiente.
Risultati	È possibile identificare i seguenti risultati come esiti della realizzazione dell'attività: ▪ aumento della competitività nel settore turistico attraverso l'offerta di servizi migliori e più inclusivi ai clienti, sviluppando la capacità di attrarre un pubblico internazionale più ampio; ▪ miglioramento dell'accoglienza turistica, delle esperienze turistiche e culturali e la soddisfazione dei turisti; ▪ incremento dell'imprenditorialità locale e della valorizzazione dei prodotti locali sui mercati internazionali, e crescita delle opportunità di business con l'accesso a mercati più ampi e a collaborazioni con partner internazionali.
Attività	BMG Speaks English In un mondo sempre più interconnesso, la padronanza della lingua inglese si rivela non solo un vantaggio competitivo, ma una vera e propria necessità. Il programma di formazione BMG Speaks English si propone di contribuire a ridurre il divario linguistico esistente nel territorio, attraverso la realizzazione di corsi gratuiti d'inglese finalizzati al conseguimento della certificazione di conoscenza della lingua dal livello B1 al C2 del Quadro comune europeo di riferimento per le lingue (QCER). Le diverse edizioni dei corsi saranno implementate in alcuni dei centri abitati del territorio GAL BMG, per favorire e rendere più accessibile la partecipazione a tutta la popolazione del territorio. L'offerta formativa sarà aperta a tutti i cittadini adulti che rientrano nei target di riferimento definiti dall'Avviso, con una particolare attenzione verso coloro che sono in cerca di opportunità per espandere le proprie competenze professionali o migliorare il proprio livello educativo. I destinatari avranno l'opportunità di conseguire una certificazione di livello, riconosciuta e valorizzata in contesti professionali ed educativi. Questo consentirà loro di integrare la conoscenza della lingua inglese nel proprio percorso di sviluppo professionale e personale. Prima dell'inizio del corso, sarà effettuato un test di ingresso per valutare il livello di conoscenza dell'inglese di ogni partecipante. Questo permetterà di assegnare ciascun individuo al corso più adeguato alle sue esigenze e capacità, garantendo un apprendimento efficace e personalizzato. I corsi saranno tenuti in strutture idonee, accuratamente selezionate dal GAL BMG nei vari comuni interessati. Questi ambienti saranno equipaggiati con le risorse necessarie per facilitare un apprendimento coinvolgente ed efficace, e saranno accessibili a tutti i partecipanti.
Destinatari	Complessivamente è prevista la partecipazione ai percorsi formativi e/o l'accesso alla certificazione di 120 partecipanti appartenenti ai seguenti target: - X Disoccupati, compresi i disoccupati di lungo periodo - X Lavoratori precari e stagionali - X Giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni - X Lavoratori autonomi e liberi professionisti - X Persone svantaggiate - X Partecipanti di origine straniera - X Beneficiari di ammortizzatori sociali

Attività n.2	Creazione di impresa e promozione del lavoro autonomo
<i>Indicare l'Area di Specializzazione, specifica e/o trasversale, interessata dall'intervento</i> X Turismo, cultura e ambiente X Agrifood e Agroindustria X Innovazione sociale X Green&Blue Economy e transizione ecologica (trasversale) X ICT e transizione digitale (trasversale)	<i>Evidenziare la tipologia di attività che verrà attuata per soddisfare il fabbisogno e raggiungere gli obiettivi</i> ☐ Percorsi di formazione per l'acquisizione di qualifiche professionali nei settori strategici per la Regione, compresa quella legata ai temi dell'innovazione digitale e ecologica, e sviluppo di competenze professionalizzanti in settori specifici anche in continuità con le misure avviate nel 14/20 X Attività integrate: percorsi formativi mirati, accompagnamento alla creazione di impresa, certificazione delle competenze e rafforzamento delle competenze degli operatori ☐ Interventi integrati di formazione e politiche attive del lavoro
<i>Descrivere nei campi sottostanti la logica d'intervento della proposta progettuale e specificamente gli obiettivi (generale e specifici) ed i risultati attesi dalla realizzazione delle attività progettuali. Questi devono essere il più specifici possibile ed espressione chiara dei cambiamenti che la proposta progettuale intende portare rispetto alla situazione iniziale (delineata nell'analisi di contesto).</i>	
Fabbisogno individuato in fase di analisi	Il percorso partecipativo ha evidenziato la necessità di supportare l'attuazione della Strategia di Sviluppo Locale del GAL BMG, con attività tese a sostenere i potenziali imprenditori e coloro che intendono avviare delle attività autonome, sia nell'ambito delle azioni GAL, sia utilizzando le opportunità per le nuove attività esistenti a livello regionale e nazionale. In particolare, è stata evidenziata la necessità nel territorio del GAL BMG di accrescere la conoscenza delle basi dell'imprenditorialità e lo sviluppo di competenze imprenditoriali, nei diversi settori produttivi. Pur rilevando specifici bisogni nelle Aree di Specializzazione Turismo, cultura e ambiente e Agrifood e agroindustria, si ritiene che il fabbisogno sia ricollegabile a tutte le AdS, in quanto è previsto un accompagnamento e supporto ai neoimprenditori e lavoratori autonomi di tutti i settori produttivi.
Obiettivo generale	L'obiettivo generale della presente linea di azione concorre al miglioramento delle condizioni di accesso all'occupazione nel rispetto della priorità 1 – occupazione, in particolare dell'obiettivo specifico a) ESO4.1 del FSE+. L'attività supporta lo sviluppo economico sostenibile e inclusivo delle comunità del territorio del GAL BMG, nello sviluppo e promozione di prodotti e servizi delle imprese a livello regionale, nazionale e internazionale. La creazione di nuove imprese e di nuove iniziative di lavoro autonomo contribuisce anche all'incremento generale dell'attrattività e della competitività economica del territorio, e alla promozione di un ecosistema imprenditoriale robusto e dinamico in grado di valorizzare le risorse locali e favorire l'innovazione e la sostenibilità nello sviluppo rurale.
Obiettivi specifici	Gli obiettivi specifici dell'attività Creazione di impresa e promozione del lavoro autonomo sono: ▪ sviluppare la formazione imprenditoriale e il lavoro autonomo nel territorio, fornendo ai partecipanti una conoscenza delle basi dell'imprenditorialità, e favorendo lo sviluppo di una mentalità imprenditoriale anche attraverso l'identificazione delle opportunità di mercato e delle possibilità imprenditoriali e professionali; ▪ creare nuove iniziative imprenditoriali mirando a trasformare le conoscenze acquisite in azioni concrete, anche attraverso l'assistenza e il supporto nella creazione di nuove imprese;

	- integrare le strategie di sviluppo allineando le nuove iniziative imprenditoriali con le priorità di sviluppo rurale e le aree di specializzazione del territorio. I neo-imprenditori saranno incoraggiati a collaborare con il GAL BMG e gli altri enti per garantire che i progetti aziendali siano sostenibili, innovativi e contribuiscano agli obiettivi a lungo termine del territorio, compresi quelli legati all'agricoltura, al turismo, alla cultura, all'ambiente e alla bioeconomia; - migliorare la capacità di accesso ai finanziamenti, necessari per l'avvio e lo sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali, utilizzando sia le opportunità di finanziamento messe a disposizione dal GAL per lo sviluppo del territorio, sia altre fonti/misure a carattere Regionale, Nazionale o Europeo; - favorire il confronto con realtà innovative e buone prassi presenti in altri contesti e verificare la possibilità di un'eventuale replicabilità delle esperienze nell'ambito del contesto locale.
Risultati	È possibile identificare i seguenti risultati come esiti della realizzazione dell'attività: - incremento delle competenze imprenditoriali dei partecipanti; - avvio di nuove iniziative di lavoro autonomo e imprenditoriale; - integrazione delle iniziative imprenditoriali nelle aree di specializzazione individuate, e sinergie con la strategia di sviluppo del GAL BMG; - consolidamento del lavoro autonomo come leva per lo sviluppo economico locale; - accrescimento dell'accesso a finanziamenti per la realizzazione di progetti imprenditoriali.
Attività	Il percorso per la creazione di impresa e promozione del lavoro autonomo favorisce l'avvio di nuove iniziative imprenditoriali attivando efficaci sinergie nelle aree di Specializzazione, e nell'ambito della strategia di sviluppo promossa dal GAL BMG. Il percorso formativo è articolato in tre fasi: - l'attività di formazione mirata all'acquisizione di conoscenze e competenze imprenditoriali. L'attività, rivolta al gruppo classe nel suo insieme, è incentrata sulla presentazione e riflessione sui concetti chiave inerenti l'impresa e l'imprenditore; - la consulenza preliminare all'avvio di nuove attività economiche coerenti con le azioni della strategia di sviluppo rurale del GAL rivolta a piccoli gruppi di 2/3 allievi; - l'assistenza tecnica e consulenza individuale all'avvio di nuove attività economiche coerenti con le azioni chiave individuate nell'ambito della strategia di sviluppo del GAL rivolta al singolo allievo, con la finalità di "accompagnare" i destinatari e guidarli nel completamento del complesso percorso di sviluppo e valutazione dell'idea imprenditoriale, fino alla definizione del proprio progetto d'impresa e dell'eventuale stesura di un progetto di richiesta di finanziamenti. L'attività si inserisce nella strategia di sviluppo rurale del GAL BMG e nelle iniziative che prevedono opportunità concrete di finanziamento per le nuove attività imprenditoriali locali. Sarà prevista una premialità per i partecipanti al percorso formativo nell'accesso ai bandi del GAL BMG dedicati alle <i>start up</i>. È prevista un'attività di orientamento e assessment in ingresso per tutti i partecipanti ai percorsi formativi.
Destinatari	Complessivamente al percorso formativo è prevista la partecipazione di 12 partecipanti appartenenti ai seguenti target: - X Disoccupati, compresi i disoccupati di lungo periodo - X Lavoratori precari e stagionali - X Giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni



GAL BMG

	X	Lavoratori autonomi e liberi professionisti
	X	Persone svantaggiate
	X	Partecipanti di origine straniera
	X	Beneficiari di ammortizzatori sociali

Attività n.3	Sviluppo e Gestione Aziendale per Microimprese
<i>Indicare l'Area di Specializzazione, specifica e/o trasversale, interessata dall'intervento</i> ☒ Turismo, cultura e ambiente ☒ Agrifood e Agroindustria ☐ Innovazione sociale ☒ Green&Blue Economy e transizione ecologica (trasversale) ☒ ICT e transizione digitale (trasversale)	<i>Evidenziare la tipologia di attività che verrà attuata per soddisfare il fabbisogno e raggiungere gli obiettivi</i> ☐ Percorsi di formazione per l'acquisizione di qualifiche professionali nei settori strategici per la Regione, compresa quella legata ai temi dell'innovazione digitale e ecologica, e sviluppo di competenze professionalizzanti in settori specifici anche in continuità con le misure avviate nel 14/20 ☒ Attività integrate: percorsi formativi mirati, accompagnamento alla creazione di impresa, certificazione delle competenze e rafforzamento delle competenze degli operatori ☐ Interventi integrati di formazione e politiche attive del lavoro
<i>Descrivere nei campi sottostanti la logica d'intervento della proposta progettuale e specificamente gli obiettivi (generale e specifici) ed i risultati attesi dalla realizzazione delle attività progettuali. Questi devono essere il più specifici possibile ed espressione chiara dei cambiamenti che la proposta progettuale intende portare rispetto alla situazione iniziale (delineata nell'analisi di contesto).</i>	
Fabbisogno individuato in fase di analisi	Le sfide economiche che le comunità del territorio del GAL BMG stanno affrontando, come la necessità di modernizzare e diversificare l'economia locale, hanno fatto emergere il bisogno di incrementare le opportunità di crescita delle micro e piccole aziende, migliorandone la sostenibilità e l'efficienza. In particolare, è stato rilevato un fabbisogno di potenziamento delle competenze teoriche e pratiche per la gestione aziendale delle imprese nel territorio del GAL BMG, finalizzato anche all'identificazione di opportunità di mercato, alla creazione di modelli di business sostenibili, all'innovazione dei servizi e dei prodotti, e dei processi di produzione. Le attività di rafforzamento delle competenze dovranno rispondere e integrarsi con le traiettorie di sviluppo individuate dalla Strategia di Sviluppo Locale del GAL BMG e dalle aree di specializzazione relative alla Strategia S3, con particolare attenzione al Turismo, cultura e ambiente, agrifood e agroindustria, Green&Blue economy e transizione ecologica, ICT e transizione digitale.
Obiettivo generale	L'obiettivo generale della presente linea di azione concorre al miglioramento delle condizioni di accesso all'occupazione nel rispetto della priorità 1 – occupazione, in particolare dell'obiettivo specifico a) ESO4.1 del FSE+. L'attività di formazione supporta lo sviluppo economico sostenibile e inclusivo delle comunità del territorio del GAL BMG, nel rafforzamento della capacità di sviluppo e promozione dei prodotti e dei servizi delle imprese a livello regionale, nazionale e internazionale, contribuendo anche all'incremento generale dell'attrattività e della competitività economica del territorio. L'attività è anche finalizzata a promuovere parallelamente un ecosistema imprenditoriale robusto e dinamico in grado di valorizzare le risorse locali e favorire l'innovazione e la sostenibilità nello sviluppo rurale.
Obiettivi specifici	Gli obiettivi specifici dell'attività Sviluppo e Gestione Aziendale per Microimprese sono: ▪ fornire ai partecipanti le competenze e le conoscenze fondamentali per gestire una microimpresa in modo sostenibile ed efficiente, e incrementare le opportunità di crescita delle micro e piccole aziende nell'area GAL BMG; ▪ potenziare le competenze teoriche e pratiche per la gestione delle imprese, identificando nuove opportunità di mercato, e sviluppando modelli di business sostenibili attraverso

	l'innovazione dei servizi e dei prodotti, e dei processi di produzione; ▪ migliorare la consapevolezza e la capacità delle imprese nella gestione degli aspetti finanziari e contabili delle microimprese; ▪ rafforzare le competenze e le conoscenze di lavoratori autonomi, liberi professionisti e giovani occupati, nelle aree prioritarie della Strategia di Sviluppo Locale, allineandole con l'obiettivo di supportare uno sviluppo economico sostenibile e inclusivo delle comunità locali del GAL BMG; ▪ sviluppare conoscenze e capacità per elaborare business plan, ottimizzare la gestione finanziaria, il marketing e le vendite, essenziali per lo sviluppo e la promozione dei prodotti e servizi delle imprese a livello regionale, nazionale e internazionale; ▪ incrementare l'attrattività e la competitività economica del territorio, promuovendo un'economia che valorizzi le risorse locali e incoraggi l'innovazione e la sostenibilità, soprattutto nel settore dello sviluppo rurale; ▪ rafforzare le azioni di networking permettendo ai partecipanti di connettersi con altri imprenditori e professionisti, per contribuire a creare un ecosistema imprenditoriale più robusto e dinamico all'interno del territorio.
Risultati	È possibile identificare i seguenti risultati come esiti della realizzazione dell'attività: ▪ incremento della competitività delle imprese e attrattività del territorio; ▪ crescita delle azioni per lo sviluppo sostenibile e la responsabilità sociale e adozione di pratiche di business innovative e sostenibili, in linea con le esigenze dello sviluppo rurale; ▪ rafforzamento delle reti locali, delle partnership e delle collaborazioni a livello locale, regionale, nazionale e internazionale; ▪ miglioramento della coesione sociale nel territorio, anche attraverso l'apertura di opportunità a lavoratori stagionali e giovani occupati, favorendo l'integrazione di gruppi potenzialmente marginalizzati; ▪ incremento di efficacia nella gestione delle imprese presenti nel territorio attraverso il consolidamento delle competenze gestionali.
Attività	Il percorso formativo-consulenziale Sviluppo e Gestione Aziendale per Microimprese supporta i lavoratori autonomi, i liberi professionisti, i lavoratori stagionali, e i giovani già inseriti, o alla ricerca di opportunità di inserimento lavorativo, che necessitano di approfondire e rafforzare le proprie conoscenze e competenze sulla gestione di impresa o l'attività professionale. Il percorso offrirà l'opportunità di sviluppare e consolidare le conoscenze e le competenze dei partecipanti sui concetti fondamentali dell'imprenditorialità, lo sviluppo di business plan, la gestione finanziaria e la contabilità, il marketing e le strategie di vendita, gli aspetti leGALi e normativi, la gestione operativa e processi aziendali, lo sviluppo sostenibile e responsabilità sociale, la leadership, la comunicazione, la gestione del tempo e risoluzione dei conflitti. Per i partecipanti sono previste le seguenti attività formative: ▪ bilancio di competenze e orientamento; ▪ formazione finalizzata al rafforzamento delle conoscenze/competenze in tema di gestione di impresa e/o di ambiti di sviluppo dell'attività imprenditoriale; ▪ consulenza e coaching individuale. L'attività prevede sessioni pratiche per applicare le conoscenze teoriche apprese a situazioni aziendali reali. Sono previsti, inoltre,

	momenti di networking per connettersi con altri imprenditori, professionisti del settore e potenziali investitori. È prevista un'attività di orientamento e assessment in ingresso per tutti i partecipanti ai percorsi formativi. Sarà data premialità ai beneficiari dei bandi del GAL BMG che, nella Programmazione 2014-2022, hanno permesso la creazione di nuove imprese.
Destinatari	Complessivamente al percorso formativo è prevista la partecipazione di 15 partecipanti appartenenti ai seguenti target: ☐ Disoccupati, compresi i disoccupati di lungo periodo ☒ Lavoratori precari e stagionali ☒ Giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni ☒ Lavoratori autonomi e liberi professionisti ☐ Persone svantaggiate ☒ Partecipanti di origine straniera ☐ Beneficiari di ammortizzatori sociali

Attività n.4	Manager di rete
<i>Indicare l'Area di Specializzazione, specifica e/o trasversale, interessata dall'intervento</i> ☒ Turismo, cultura e ambiente ☒ Agrifood e Agroindustria ☐ Innovazione sociale ☒ Green&Blue Economy e transizione ecologica (trasversale) ☒ ICT e transizione digitale (trasversale)	<i>Evidenziare la tipologia di attività che verrà attuata per soddisfare il fabbisogno e raggiungere gli obiettivi</i> ☐ Percorsi di formazione per l'acquisizione di qualifiche professionali nei settori strategici per la Regione, compresa quella legata ai temi dell'innovazione digitale e ecologica, e sviluppo di competenze professionalizzanti in settori specifici anche in continuità con le misure avviate nel 14/20 ☒ Attività integrate: percorsi formativi mirati, accompagnamento alla creazione di impresa, certificazione delle competenze e rafforzamento delle competenze degli operatori ☐ Interventi integrati di formazione e politiche attive del lavoro
<i>Descrivere nei campi sottostanti la logica d'intervento della proposta progettuale e specificamente gli obiettivi (generale e specifici) ed i risultati attesi dalla realizzazione delle attività progettuali. Questi devono essere il più specifici possibile ed espressione chiara dei cambiamenti che la proposta progettuale intende portare rispetto alla situazione iniziale (delineata nell'analisi di contesto).</i>	
Fabbisogno individuato in fase di analisi	La necessità di modernizzare e diversificare l'economia locale ha fatto emergere il bisogno di incrementare le opportunità di collaborazione all'interno del sistema imprenditoriale, migliorandone la sostenibilità e le potenzialità di crescita. È stato individuato il bisogno di sviluppare figure professionali in grado di attivare e animare la collaborazione tra le imprese del territorio, facilitando e supportando la creazione di reti di imprese e di partenariati tra soggetti pubblici e privati finalizzati a intercettare e integrarsi con le traiettorie di sviluppo individuate dalla Strategia di Sviluppo Locale del GAL BMG e dalle aree di specializzazione relative alla Strategia S3, con particolare attenzione al Turismo, cultura e ambiente, e alla capacità delle aziende di incrementare il livello di digitalizzazione e di sostenibilità.
Obiettivo generale	L'obiettivo generale della presente linea di azione concorre al miglioramento delle condizioni di accesso all'occupazione nel rispetto della priorità 1 – occupazione, in particolare dell'obiettivo specifico a) ESO4.1 del FSE+. Il percorso formativo manager di rete contribuisce allo sviluppo e attuazione di programmi e progetti di sviluppo economico e di sviluppo rurale a livello territoriale, sostenendo lo sviluppo sostenibile e inclusivo delle comunità del territorio del GAL BMG, contribuendo anche a un incremento generale dell'attrattività e della competitività economica del territorio, promuovendo in parallelo un ecosistema imprenditoriale robusto e dinamico in grado di valorizzare le risorse locali e favorire l'innovazione e la sostenibilità dello sviluppo rurale.
Obiettivi specifici	Gli obiettivi specifici dell'attività Manager di rete sono: - sviluppare una professionalità che, lavorando e collaborando con enti pubblici e imprese private, svolga attività di supporto, animazione e progettazione delle policy e delle azioni in ambito turistico, culturale e ambientale nel territorio del GAL BMG; - rendere disponibili professionisti in grado di contribuire attivamente allo sviluppo del territorio migliorando la qualità e l'efficacia della progettazione, implementazione e valutazione delle policy e degli interventi programmati in ambito turistico, culturale e ambientale e nelle Aree di Specializzazione previste dall'attività;

	▪ migliorare le azioni di informazione, comunicazione e networking, e lo sviluppo delle relazioni con i diversi stakeholder regionali, nazionali e internazionali.
Risultati	Tra i risultati attesi, a seguito della realizzazione del percorso formativo, si possono individuare: ▪ la definizione e lo sviluppo di programmi e azioni di supporto allo sviluppo economico sostenibile e inclusivo nel territorio e nelle singole comunità; ▪ un miglioramento nella promozione dei prodotti e servizi locali, aumentando la visibilità e la competitività del territorio a livello regionale, nazionale e internazionale ▪ la realizzazione di interventi specifici di supporto e animazione delle politiche e dei programmi nell'area di specializzazione Turismo, cultura e ambiente, anche attraverso il supporto alle reti di imprese e ai partenariati di nuova creazione e il consolidamento delle collaborazioni e dei network già presenti nel territorio; ▪ il rafforzamento dell'ambiente imprenditoriale attraverso la valorizzazione delle risorse locali, degli interventi di innovazione e il sostegno alle reti di imprese per prodotti turistici a livello territoriale.
Attività	Il percorso formativo Manager di rete intende rendere disponibile, ai soggetti pubblici e privati presenti nel territorio, professionisti in grado di facilitare e supportare l'attivazione di reti di imprese e di partenariati pubblico/privati. Il manager di rete collabora con gli attori pubblici e le reti di imprese, per sviluppare e supportare la programmazione e attuazione di programmi e progetti di sviluppo economico e di sviluppo rurale a livello territoriale. In particolare, combinando competenze in economia, gestione, pianificazione, management dello sviluppo locale e marketing territoriale, supporta e facilita i processi di cooperazione tra imprese ed istituzioni, con particolare attenzione alle specificità turistiche e alla valorizzazione delle imprese locali dei diversi settori. Il percorso didattico è articolato in tre fasi: ▪ formazione teorica in aula; ▪ study visit presso realtà riconosciute come best practice in Italia e in Europa; ▪ attivazione di stage nell'ambito di percorsi di animazione territoriale in collaborazione con GAL BMG e altri soggetti pubblici e privati. È prevista un'attività di orientamento e assessment in ingresso per tutti i partecipanti ai percorsi formativi. Le competenze acquisite dai destinatari potranno essere utili nella realizzazione delle azioni specifiche e ordinarie del FEASR dedicate alla creazione di club di prodotto, reti di imprese, DMO e sistemi di governance di tipo pubblico/privato.
Destinatari	Complessivamente al percorso formativo è prevista la partecipazione di 12 partecipanti ai appartenenti ai seguenti target: X Disoccupati, compresi i disoccupati di lungo periodo ☐ Lavoratori precari e stagionali X Giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni ☐ Lavoratori autonomi e liberi professionisti ☐ Persone svantaggiate ☐ Partecipanti di origine straniera ☐ Beneficiari di ammortizzatori sociali

Attività n.5	Qualità e sostenibilità dei servizi e prodotti del territorio
<i>Indicare l'Area di Specializzazione, specifica e/o trasversale, interessata dall'intervento</i> ☒ Turismo, cultura e ambiente ☒ Agrifood e Agroindustria ☐ Innovazione sociale ☒ Green&Blue Economy e transizione ecologica (trasversale) ☒ ICT e transizione digitale (trasversale)	<i>Evidenziare la tipologia di attività che verrà attuata per soddisfare il fabbisogno e raggiungere gli obiettivi</i> ☐ Percorsi di formazione per l'acquisizione di qualifiche professionali nei settori strategici per la Regione, compresa quella legata ai temi dell'innovazione digitale e ecologica, e sviluppo di competenze professionalizzanti in settori specifici anche in continuità con le misure avviate nel 14/20 ☒ Attività integrate: percorsi formativi mirati, accompagnamento alla creazione di impresa, certificazione delle competenze e rafforzamento delle competenze degli operatori ☐ Interventi integrati di formazione e politiche attive del lavoro
<i>Descrivere nei campi sottostanti la logica d'intervento della proposta progettuale e specificamente gli obiettivi (generale e specifici) ed i risultati attesi dalla realizzazione delle attività progettuali. Questi devono essere il più specifici possibile ed espressione chiara dei cambiamenti che la proposta progettuale intende portare rispetto alla situazione iniziale (delineata nell'analisi di contesto).</i>	
Fabbisogno individuato in fase di analisi	Le sfide economiche che le comunità del territorio del GAL BMG stanno affrontando, come la necessità di modernizzare e diversificare l'economia locale, hanno fatto emergere il bisogno di migliorare la sostenibilità e le potenzialità di crescita delle imprese esistenti e quelle di recente creazione (start-up innovative e non). È stato individuato un bisogno diffuso di aggiornamento delle competenze in diverse aree tematiche relative alla qualità e alla sostenibilità dei servizi e dei prodotti delle imprese del territorio, in linea con le traiettorie di sviluppo individuate dalla Strategia di Sviluppo Locale del GAL BMG e dalle aree di specializzazione relative alla Strategia S3. Particolare attenzione deve essere dedicata all'AdS Turismo, cultura e ambiente, e alla capacità delle aziende di incrementare il livello di digitalizzazione e di sostenibilità (AdS ICT e transizione digitale). Nel percorso partecipativo è emersa anche l'esigenza di incrementare i momenti di scambio e di incontro tra gli addetti a livello di settore e territoriale.
Obiettivo generale	L'obiettivo generale della presente linea di azione concorre al miglioramento delle condizioni di accesso all'occupazione attraverso la formazione nel rispetto della priorità 1 – occupazione, in particolare dell'obiettivo specifico a) ESO4.1 del FSE+. Il percorso formativo per migliorare la qualità dei servizi e dei prodotti nel territorio del GAL BMG mira a sviluppare competenze per l'innovazione di prodotti e processi nelle imprese locali, con un focus particolare sulle pratiche sostenibili. Il percorso favorisce il miglioramento della produzione e della qualità dei prodotti, ma anche l'efficientamento delle relative filiere, la promozione della sostenibilità, e la sensibilizzazione dei consumatori sull'importanza dei prodotti di filiera locale. L'attività supporta lo sviluppo sostenibile e inclusivo delle comunità del territorio del GAL BMG, contribuendo anche a un incremento generale dell'attrattività e della competitività economica del territorio, promuovendo in parallelo un ecosistema imprenditoriale robusto e dinamico in grado di valorizzare le risorse locali e favorire l'innovazione e la sostenibilità dello sviluppo rurale. Le attività di rafforzamento delle competenze dovranno rispondere e integrarsi con le traiettorie di sviluppo individuate dalla strategia di sviluppo del GAL BMG e dalle aree di specializzazione relative alla Strategia S3, con particolare attenzione al Turismo, cultura e

	ambiente, agrifood e agroindustria, Green&Blue economy e transizione ecologica, ICT e transizione digitale
Obiettivi specifici	Gli obiettivi specifici dell'attività Qualità e sostenibilità dei servizi e prodotti del territorio sono: ▪ migliorare la qualità e la sostenibilità dei servizi e dei prodotti del territorio, con un particolare focus sul settore turistico e le filiere collegate, promuovendo allo stesso tempo l'innovazione e la responsabilità ambientale e sociale; ▪ migliorare la qualità dell'accoglienza nelle strutture ricettive e ottimizzare l'offerta dei prodotti associati; ▪ favorire lo sviluppo di una solida e diffusa conoscenza sui principi e le pratiche dello sviluppo economico sostenibile, essenziali per l'integrazione di strategie sostenibili nelle imprese locali; ▪ sostenere lo sviluppo di un turismo che rispetti e valorizzi l'ambiente e le comunità locali, anche in correlazione con le attività promosse dalla DMO; ▪ favorire l'adozione e implementazione di tecnologie digitali e lo sviluppo del commercio elettronico per espandere i mercati delle imprese locali; ▪ creare opportunità di networking tra soggetti locali, regionali, nazionali e internazionali, e promuovere la collaborazione, lo scambio di idee e l'apprendimento con esperti e testimonial del settore
Risultati	Tra i risultati attesi, a seguito della realizzazione del percorso formativo, si possono individuare: ▪ l'innovazione dei processi produttivi e di erogazione dei servizi delle imprese dei territori; ▪ l'incremento della digitalizzazione delle imprese; ▪ l'ampliamento delle reti di collaborazione e l'istituzione di nuove reti di imprese; ▪ il miglioramento dei servizi di accoglienza turistica e dell'offerta di servizi turistici; ▪ lo sviluppo di una cultura imprenditoriale basata sulla sostenibilità ambientale, sociale ed economica. ▪
Attività	Il percorso formativo Qualità e sostenibilità dei servizi e prodotti del territorio prevede una formazione incentrata sul rafforzamento delle competenze delle persone che già operano, o che intendono operare, nella filiera turistica e in quelle collegate, per migliorare la qualità dei servizi (es. accoglienza nelle strutture ricettive) e dei prodotti associabili (es. configurazione dell'offerta dei prodotti). L'attività prevede la realizzazione di un percorso modulare sui temi dello sviluppo sostenibile, dell'innovazione, e della promozione dei servizi e dei prodotti, offerti dalle aziende del territorio. Tra i temi che potranno essere oggetto delle attività di formazione è possibile individuare: ▪ fondamenti e concetti di base dello sviluppo economico sostenibile; ▪ innovazione dei prodotti e dei processi; ▪ sviluppo turistico sostenibile; ▪ filiera corta; ▪ destagionalizzazione e diversificazione dell'offerta turistica; ▪ marketing e sensibilizzazione del consumatore; ▪ digitalizzazione e commercio elettronico per le imprese locali; ▪ certificazioni e standard ambientali; ▪ uso dell'ICT, creazione di reti turistiche e miglioramento dell'offerta culturale e naturale;

	▪ economia circolare e ecodesign; ▪ logistica nella rete di distribuzione. È prevista la realizzazione di momenti di formazione teorica in presenza e a distanza, e di momenti di formazione pratica attraverso lo studio di casi e autocasi, esercitazioni pratiche e visite di studio presso realtà imprenditoriali innovative. Sono previsti, inoltre, eventi di networking, che potranno prevedere la partecipazione di soggetti del territorio, ma anche di testimonials ed esperti regionali, nazionali e internazionali. È prevista un'attività di orientamento e assessment in ingresso per tutti i partecipanti ai percorsi formativi. Sarà data premialità ai beneficiari dei bandi del GAL BMG (Programmazione 2014-2022).
Destinatari	Complessivamente al percorso formativo è prevista la partecipazione di 40 partecipanti appartenenti ai seguenti target: - X Disoccupati, compresi i disoccupati di lungo periodo - X Lavoratori precari e stagionali - X Giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni - X Lavoratori autonomi e liberi professionisti - X Persone svantaggiate - X Partecipanti di origine straniera - X Beneficiari di ammortizzatori sociali

C.6. Innovazione ed efficacia della proposta progettuale

Illustrare gli approcci innovativi e motivare l'efficacia della proposta progettuale, fornendo una descrizione chiara e completa delle prospettive occupazionali per i destinatari dei percorsi

Come precisato nell'avviso, sebbene questa prima tornata di selezione preveda (come indicato nel PR FSE+)

Strategie sui temi dell'accesso all'occupazione e in particolare la formazione, i GAL potranno qui indicare eventuali esigenze/idee/soluzioni relativi ai settori dell'inclusione sociale e istruzione con un'attenzione esplicita per i gruppi emarginati e socialmente esclusi nelle comunità locali.

max 2000 caratteri

La proposta progettuale delineata dal GAL BMG è caratterizzata da elementi innovativi per la popolazione e i settori produttivi del territorio e prevede un sistema integrato di interventi a favore dei destinatari i cui principali aspetti innovativi sono individuabili nei seguenti elementi:

- assesment e orientamento in ingresso finalizzato alla personalizzazione dei percorsi formativi, in particolare in relazione ai percorsi per la creazione di impresa e manager di rete;
- previsione di una diffusione nel territorio dei luoghi di accesso alle attività formative per favorire l'accesso reale ai servizi da parte dei destinatari;
- progettazione ed erogazione di moduli formativi erogati in modalità blended learning;
- personalizzazione di ogni idea imprenditoriale all'interno dei percorsi di creazione di impresa per rafforzare l'offerta di servizi e prodotti locali.

La proposta progettuale del GAL ha in sé elementi di sostenibilità occupazionale, in quanto si propone di offrire una risposta ai bisogni reali individuati nella fase di analisi sia in relazione all'ambito tematico individuato, sia alle AdS S3; parallelamente le attività programmate hanno anche la finalità di sviluppare conoscenze e competenze che risultino immediatamente spendibili nel contesto territoriale GAL e nel mercato del lavoro a livello regionale.

Si prevede un innalzamento della domanda di lavoro nel territorio GAL, favorita dallo sviluppo delle competenze linguistiche, imprenditoriali e gestionali, che favoriranno l'occupabilità e l'accesso all'occupazione dipendente e autonoma.

Le attività formative, in particolare quelle dirette alla creazione di nuova occupazione e allo sviluppo di nuove professionalità, potranno svolgere anche una funzione di integrazione rispetto a bisogni di inclusione sociale, incrementando le possibilità delle persone che in futuro potranno essere coinvolte dai servizi delle nuove imprese e dall'attivazione di progetti nell'ambito di percorsi partenariali e reti di imprese.

C.7. Principi orizzontali: Sviluppo sostenibile, Pari opportunità e non discriminazione, Parità di genere

Descrivere il contributo che sarà fornito dalla Strategia ai principi orizzontali e l'impatto previsto.

max 2000 caratteri

Nella costruzione della Strategia Formativa il GAL Barbagia Mandrolisai Gennargentu (BMG) opererà inserendo in maniera trasversale a tutti i percorsi formativi i principi orizzontali di sviluppo sostenibile, pari opportunità e non discriminazione e parità di genere, intendendo adottare tutte le misure necessarie per prevenire qualsiasi discriminazione fondata su sesso, razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale non solo nella parte relativa al FSE ma in generale durante l'intera preparazione ed esecuzione del Piano di Azione.

La tematica dello **sviluppo sostenibile** sarà affrontata a partire dalle cosiddette competenze per la sostenibilità (GreenComp) fondamentali per comprendere quanto questo principio sia strettamente interconnesso con il sistema economico, sociale e naturale e quanto stia diventando strategicamente indispensabile conoscerne e comprenderne i principi e gli effetti.

Tenendo conto del fatto che i percorsi formativi si rivolgono prevalentemente a persone in condizione di svantaggio lavorativo, il progetto formativo intende assicurare condizioni di **pari opportunità e di non discriminazione**, puntando al potenziamento dell'accessibilità al mercato del lavoro, all'aumento dell'occupazione e al miglioramento delle condizioni lavorative nonché al sostegno all'autoimprenditorialità. Nello specifico ambito della **parità di genere** si garantisce che la selezione per l'accesso ai percorsi formativi sarà condotta secondo un criterio di equità, e che saranno affrontate, soprattutto nei percorsi sulla creazione di impresa, specifiche tematiche come la certificazione della parità di genere.

In termini di impatto si otterrà un aumento della sensibilizzazione rispetto alle tematiche racchiuse nei principi orizzontali, una maggior consapevolezza e un'applicazione concreta dei principi attraverso l'attuazione degli interventi previsti nella Strategia.

C.8. Le modalità di gestione, sorveglianza e valutazione, finalizzate a dimostrare la capacità del gruppo di azione locale di attuare la strategia

Struttura del GAL: qualità delle risorse umane, struttura organizzativa e modalità di gestione <i>max 5000 caratteri</i>
<i>Fornire una descrizione chiara ed esaustiva delle capacità del gruppo di azione locale di attuare la strategia, indicando nello specifico la qualità delle risorse umane coinvolte, la struttura organizzativa e le modalità di gestione della strategia</i> Il GAL Distretto Rurale Barbagia Mandrolisai Gennargentu (BMG) è stato costituito nel 2009 e lavora a supporto dello sviluppo locale del territorio anche attraverso l'utilizzo della programmazione comunitaria a partire, appunto, dalla programmazione 2007 – 2013 con l'esperienza Leader. Con specifico riferimento all'attuazione della Strategia FSE+ la struttura del GAL organizzativa del GAL Distretto rurale Barbagia Mandrolisai Gennargentu è attualmente composta da 6 unità operative che già da diversi anni lavorano insieme sul territorio e che, pertanto, hanno consolidata esperienza di lavoro e gestione comune delle attività che il GAL porta avanti, dall'animazione e coinvolgimento attivo di tutti gli stakeholder alla impostazione e gestione di avvisi e loro attuazione. La struttura possiede, quindi, quelle capacità indispensabili per poter agire e lavorare concretamente a supporto del perseguimento dei fabbisogni del territorio, in quanto mette a disposizione tutte le competenze ed esperienze indispensabili per l'attuazione di progetti complessi: capacità di programmare le attività, di costruire reti e relazioni con gli stakeholder del territorio, predisporre e attuare bandi pubblici. La Direttrice del GAL ha il compito di coordinare tutte le funzioni e i ruoli impegnati nell'attuazione della strategia e lo fa attraverso modalità di project management grazie alle quali garantisce un'efficace pianificazione e <i>commitment</i> di tutti gli attori chiave, un costante monitoraggio della strategia attraverso strumenti quali: ▪ Piano di lavoro generale con il dettaglio di attività, tempistiche, output. Il piano di lavoro viene costantemente supervisionato e aggiornato in base all'evolversi dell'attuazione. ▪ Piani operativi semestrali, che dettagliano le attività ed i risultati attesi della strategia con un orizzonte di media lunghezza per assicurare adattabilità e resilienza al piano di lavoro. ▪ Monitoraggio e controllo: a) monitoraggio delle attività con specifico riferimento allo stato di avanzamento procedurale, fisico e finanziario. Si garantisce il controllo e la verifica dei contenuti, tempi, luoghi, fasi, modalità, strumenti, soggetti coinvolti nelle fasi di esecuzione delle singole attività. Tra gli strumenti utilizzati il Logical Framework con particolare riferimento agli indicatori su risultati e obiettivi. L'azione di controllo viene eseguita attraverso l'utilizzo di strumenti e checklist e piste di controllo adeguate. Inoltre, il monitoraggio e controllo delle azioni sarà eseguito anche attraverso il supporto, l'utilizzo e l'implementazione di sistemi informativi. ▪ Comunicazione: il GAL garantisce durante tutta la fase di esecuzione una comunicazione e informazione costante e continua di tutte le attività che sono portate avanti, organizza momenti di condivisione e scambio con tutti i portatori di interesse al fine di fare in modo che la Strategia sia sempre e costantemente aderente con i fabbisogni del territorio.
Risorse umane attualmente in forza nel GAL: ruolo, funzione, competenze, anni di esperienza <i>max 3000 caratteri</i>
<i>Descrivere le risorse umane attualmente impiegate al GAL, indicando, per ciascuna di esse, il ruolo, la funzione, le competenze e gli anni di esperienza</i> L'organigramma tecnico individua le seguenti figure professionali, con i rispettivi ruoli: N. 1 Direttrice La Direttrice ha il compito di gestire il GAL e si occupa della direzione e coordinamento della struttura, della pianificazione delle attività, del coordinamento e attuazione PdA. Predisposizione di bandi di gara, modulistica, convenzioni, certificazioni, ecc.. Coordinamento dell'attività di assistenza ai beneficiari in ordine alle questioni di carattere amministrativo e tecnico; Supporto all'organo esecutivo del GAL. Competenze e esperienza: dal 2018 al 2019 animatrice del GAL BMG e dal 2021 nel ruolo di Direttrice. Esperienza decennale nella progettazione, gestione e rendicontazione di progetti finanziati con Fondi Europei a gestione diretta e concorrente. N. 1 Responsabile Amministrativo Finanziario Collabora con il Direttore ed è responsabile nel procedimento amministrativo legato alle domande di aiuto e nella concessione del sostegno. Si occupa del monitoraggio e della sorveglianza del Piano di Azione. Competenze e esperienza: Commercialista e, dal 2019, responsabile amministrativo e finanziario del GAL

Animatore polifunzionale 1

Si occupa del coordinamento degli attori locali e dell'animazione degli stessi. Collaboratore nelle **istruttorie**.

Competenze e esperienza: esperienza pluriennale nel ruolo di agente di sviluppo, animatore polifunzionale e istruttore. Dal 2020 Animatore polifunzionale del GAL BMG

Animatore 2

Responsabile delle attività di animazione e comunicazione del GAL. Attività di quotidiana amministrazione, monitoraggio e valutazione delle attività. Collaboratore nelle **istruttorie** e nella selezione degli istruttori esterni. Competenze e esperienza: esperienza pluriennale come agente di sviluppo e facilitatrice nei processi decisionali; dal 2019 animatrice polifunzionale e istruttrice presso il GAL BMG.

N. 1 Assistente amministrativo

Supporta la struttura tecnica nella corretta gestione amministrativa e finanziaria delle risorse attribuite al GAL. Nello specifico per la predisposizione e organizzazione delle procedure per l'acquisizione di beni, servizi e forniture, attività di **rendicontazione, monitoraggio** e autovalutazione, gestione protocollo e corrispondenza, organizzazione archivio, supporto nelle **attività di monitoraggio** e autovalutazione.

Competenze e esperienza: dal 2018 svolge attività amministrativo/gestionale/contabile di diverse società e, dal 2022, ricopre un ruolo amministrativo presso il GAL.

N. 1 Esperto di comunicazione

Si occupa della Progettazione e attuazione del piano di comunicazione del GAL ed è responsabile della gestione del sito Web.

Competenze e esperienza: dal 2015 svolge attività di consulente di comunicazione e pubbliche relazioni e in particolare si occupa di Marketing, web content, Social media marketing. Dal 2018 si occupa della pianificazione e gestione delle azioni di comunicazione, gestione e aggiornamento sito web e social media e supporto nelle azioni di animazione e coinvolgimento territoriale del GAL BMG.

Risorse umane aggiuntive per l'attuazione della Strategia e il soddisfacimento delle funzioni di OI

max 3000 caratteri

Descrivere le risorse umane aggiuntive il cui impiego è previsto per l'attuazione della Strategia e il soddisfacimento delle funzioni di OI, indicando, per ciascuna di esse, il profilo e le competenze

Il GAL si impegna a sottoscrivere una dichiarazione di impegno a conformare la propria capacità organizzativa, per la funzione di Organismo Intermedio, agli standard minimi richiesti per l'attuazione della strategia.

Rispetto alle risorse umane attualmente in forza nel GAL, con le quali saranno stipulate lettere di incarico aggiuntive rispetto ai contratti in essere, come risorse aggiuntive si procederà alla selezione dei seguenti profili:

N. 1 Esperto di controlli Fondi SIE.

Profilo e competenze: figura professionale, laureata, iscritta al registro dei revisori, in possesso di esperienza specifica in controlli amministrativo contabili nell'ambito di progetti cofinanziati in generale e anche dal Fondo Sociale Europeo. Si occuperà nello specifico della verifica sulla spesa rendicontata ai fini della successiva certificazione della stessa. Inoltre, dovrà conoscere ed avere esperienza anche con riferimento al sistema informativo del FSE+ - SIL.

Per la selezione il GAL adotterà una procedura di evidenza pubblica. A livello regolamentare saranno adottati una serie di accorgimenti per garantire un sistema di separazione delle funzioni e della rendicontazione

N. 1 Esperto di programmazione finanziata da Fondi europei (predisposizione Avvisi/Gare)

Profilo e competenze: figura professionale laureata con esperienza nel campo della programmazione, progettazione e attuazione di progetti a valere su Fondi comunitari, Fondi SIE e FSE per conto di soggetti pubblici e privati.

Questo profilo sarà selezionato tramite procedure di evidenza pubblica e, insieme alla Direttrice, si occuperà della impostazione e predisposizione degli avvisi e gare.

Infine, per quanto riguarda gli aspetti legati alle istruttorie, in base ai contenuti delle operazioni da selezionare, il GAL potrà attingere dalla short list della fondazione.

Modalità organizzativa delle risorse impegnate

max 3000 caratteri

Indicare la struttura e la modalità organizzativa delle risorse impegnate per l'attuazione della Strategia

La struttura del GAL sarà integrata con modalità organizzative dedicate all'attuazione della Strategia con la previsione di tutte le figure professionali richieste dall'Avviso.

La figura apicale è rappresentata dalla Direttrice, che è responsabile per l'attuazione della Strategia e della gestione corretta delle risorse. A questo riguardo sarà supportata da esperti di Fondi Comunitari, con particolare riferimento al FSE e agli interventi formativi, che si occuperanno della predisposizione degli Avvisi, del monitoraggio e della rendicontazione dei fondi. La Direttrice, anche in qualità di esperta di programmazione finanziata da Fondi europei, supporterà il tecnico esterno nella predisposizione di avvisi e gare attraverso la definizione di procedure trasparenti, non discriminatorie in linea con le specifiche richieste della Strategia FSE.

Inoltre, l'esperto nei controlli dei Fondi strutturali garantirà la correttezza nella gestione degli stessi al fine di certificare regolarmente la spesa.

Le restanti figure aggiuntive supporteranno le professionalità già in pianta organica del GAL al fine di garantire efficienza ed efficacia delle azioni progettate.

Tutto il gruppo di lavoro del GAL coinvolto nell'attuazione e implementazione della strategia lavora ed esegue le proprie funzioni secondo principi di buona gestione, professionalità e responsabilità in autonomia. Periodicamente saranno previsti momenti di confronto con la Direttrice che comunque sarà costantemente informata sull'andamento delle attività in modo tale da garantire una comunicazione interna che permetta il trasferimento di informazioni tra le diverse funzioni.

C.9. Il piano finanziario della Strategia FSE+

Il costo totale della Strategia

Indicare il costo totale della Strategia FSE+ comprendente la spesa per l'attuazione della strategia vera e propria, i costi di gestione e di animazione, il sostegno preparatorio. Per calcolare il contributo totale utilizzare la tabella seguente.

€ 1.049.742,20

	Forza Lavoro Comuni (A)	Risorse Strategie parametro procapite (B)	Gestione 25% (C)	Sostegno Preparatorio (D)
GAL Barbagia Mandrolisai Gennargentu	10.282	€ 815.793,76	€ 203.948,44	€ 30.000
TOTALI COLONNE	10.282	€ 815.793,76	€ 203.948,44	€ 30.000
TOTALE STRATEGIA (B+C+D)	€ 1.049.742,20			