



# **I distretti agricoli in Regione Lombardia: un'opportunità per il territorio**

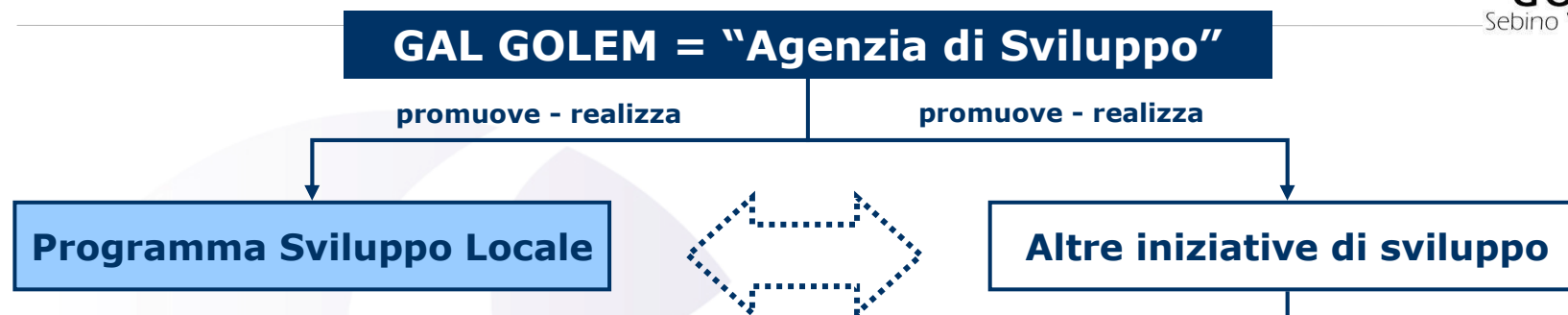
**GAL GOLEM**

**28/04/2010**

## Indice

- Premessa
- Cosa sono i distretti agricoli?
- Quali sono i soggetti che possono partecipare?
- Quali sono i vantaggi per chi aderisce?
- Quali sono le fasi per la creazione del Distretto rurale?
- Quale distretto per il territorio?
- Quali elementi caratterizzano i distretti rurali?
- Qual è la strategia fondante del distretto?
- Come realizzare tale strategia?
- Qual è il modello operativo del bando?
- Quale funzione per la società di distretto?
- Prossimi passi

## Premessa



La società, senza fini di lucro, ha lo scopo di **promuovere l'avvio di nuove iniziative economiche** e di favorire la valorizzazione delle risorse umane e materiali del territorio stimolando la collaborazione tra enti locali ed imprenditorialità privata (...)

Per il conseguimento dell'oggetto sociale la società consortile potrà:

**a) gestire il PSL - Piano di Sviluppo Locale** ai sensi dell'Asse IV Approccio Leader del Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013;

**h) svolgere attività di ricerca e progettazione per lo sviluppo di nuove iniziative economiche**, con specifico riferimento a quelle di natura intersettoriale, nonché per la promozione dell'imprenditorialità locale e l'attrazione di imprenditorialità esterna;

**r) prestare consulenza per la progettazione**, la gestione, e la rendicontazione di progetti di sviluppo locale per conto dei soci e dei terzi;

**Progetti  
Agroalimentari**

•progetti settoriali

**partecipazione**

**Bando Distretti  
Agricoli**

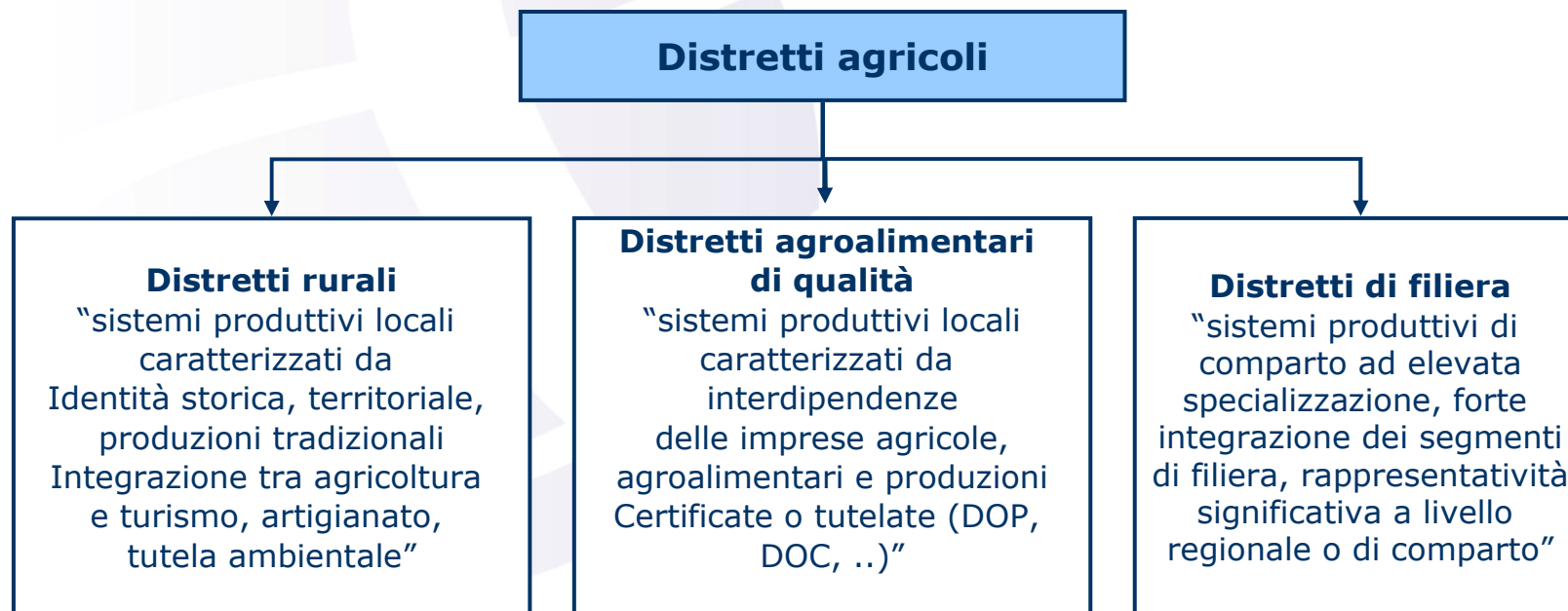


## IL BANDO

# 1. Cosa sono i Distretti agricoli?

Riferimenti normativi:

- D.lgs 228/2001 art 13: definisce i distretti rurali ed agroalimentari di qualità
- L.R. 1/2007 art 4: favorisce la libera aggregazione delle imprese in distretti (affinità tematico/settoriale o territoriale)



## 2. Quali sono i soggetti che possono partecipare?

**Imprese agricole ed agroalimentari** (forma singola o associata)

**Consorzi e società consortili** costituite da imprese agricole individuali e/o associate e imprese operanti nella trasformazione e/o commercializzazione di prodotti agricoli

**Imprese a partecipazione mista** pubblico/privato operanti in filiere agricole e collegate



Imprese in forma singola o associata operanti in filiere direttamente collegate all'attività agricola (**turismo, artigianato, altre attività produttive locali**)

**Centri di ricerca**

### 3. Quali sono i vantaggi per chi aderisce?

#### Vantaggi programmatici

- Possibilità di **programmare azioni di sviluppo delle imprese** (innovazione, commercializzazione, formazione, sostenibilità ambientale, internazionalizzazione)
- Possibilità di ottenere un “**maggiore peso**” in sede di proposta progettuale nei confronti della Pubblica Amministrazione (dialogo costruttivo)

#### Vantaggi economici

- Possibilità di dare vita ad **azioni integrate e condivise** tra le imprese aderenti (riduzione costi e formazione di economie di scala)
- Possibilità di **creare sinergie tra diversi settori economici locali** (commercio, artigianato, turismo, ...) dando vita a nuovi sbocchi di mercato

#### Vantaggi burocratici

- Possibilità di affidarsi ad una struttura più ampia in grado di sostenere la crescita imprenditoriale

## 4. Quali sono le fasi per la creazione del distretto rurale?

### Fase 1 - Candidatura a bando

- Accordo di Distretto (individua i partner aderenti al distretto)
- Relazione distrettuale (individua contenuti e finalità del Distretto e illustra attuali caratteristiche territoriali e relazioni tra le imprese)
- Modello di governance (proposta di gestione del Distretto)

**Scadenza 15 giugno 2010**



### Fase 2 – Costituzione del Distretto

- Atto costitutivo di Distretto (atto notarile)
- Piano di Distretto (programma attuativo delle azioni di Distretto)

**Entro 40 giorni dalla graduatoria**

## 5. Quale Distretto per il territorio?

Il territorio Sebino Bresciano, Valle Trompia e Franciacorta presenta le seguenti caratteristiche:

### Punti di forza

- forte identità locale e territoriale
- patrimonio archeologico e culturale di pregio
- presenza di produzioni di eccellenza e qualità (olio – vino – formaggio)
- presenza di sinergie tra diversi settori economici
- presenza di associazioni e consorzi

### Punti di debolezza

- frammentazione imprenditoriale
- deboli livelli di competitività (con eccezioni)
- difficoltà di valorizzazione delle produzioni e del territorio
- bassa promozione integrata del turismo locale



La proposta:

**promozione integrata delle diversi componenti del territorio (agricoltura, ambiente, cultura, commercio) e messa in rete degli operatori economici locali**

**Distretto rurale**

## 6. Quali elementi caratterizzano i distretti rurali?

### Distretti rurali

sistemi produttivi locali caratterizzati da identità storica, territoriale, produzioni tradizionali, integrazione tra agricoltura e turismo, artigianato, tutela ambientale

**Presenza di produzioni rilevanti**



Numero di aziende agricole/numero aziende territorio > Media Regionale

**Media RL: 7%**

**Territorio: 13%**

**Territorio coinvolto**



Numero occupati nel settore agricolo/numero totale occupati > Media Regionale

**Media RL: 2%**

**Territorio: 3%**

**Presenza di sub ambiti tematici**



Presenza di un territorio omogeneo ed esteso con diversi aspetti da valorizzare

Presenza di specifiche progettualità omogenee da valorizzare in maniera estesa

**Carattere innovativo**



Partnership con Università o Centri di Ricerca



## PROPOSTA OPERATIVA

## 7. Qual'è la strategia fondante del Distretto?



Il Distretto rurale è volto alla **messa in rete** dei soggetti economici locali, alla creazione di **collegamenti** con la tematica culturale e alla **promozione** delle peculiarità del territorio, al fine di dare vita ad un **marchio di valorizzazione territoriale** che promuova produzioni locali e permetta di favorire un miglioramento dell'accoglienza e un maggiore *incoming* turistico.



Come realizzare  
tale strategia?

12

## 8. Come realizzare tale strategia?

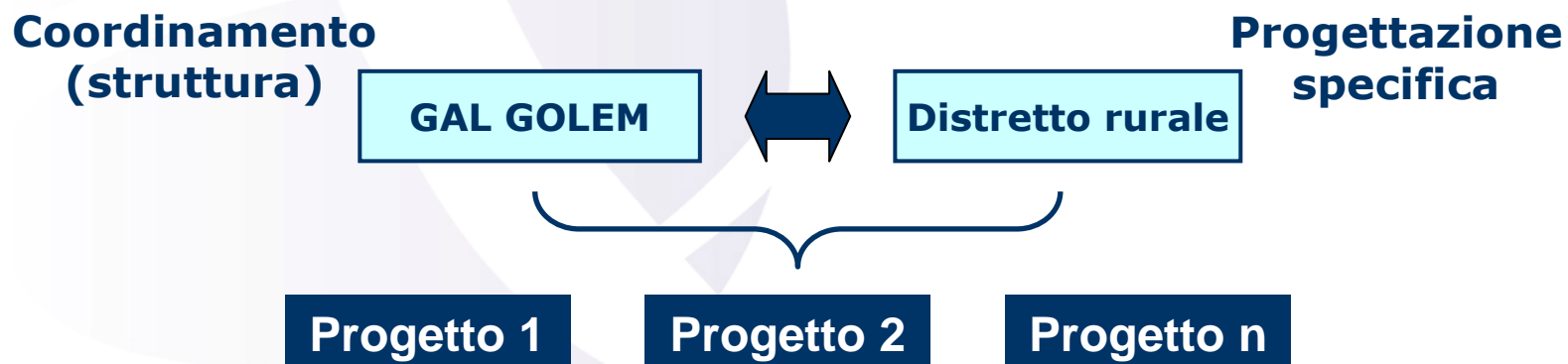
La proposta strategica può sviluppare i seguenti aspetti:

- Messa in **rete dei** soggetti economici locali
  - Accordi per la commercializzazione dei prodotti locali (agricoltura/ricettività/ristorazione)
  - Punti vendita sul territorio (schede prodotto, materiale informativo)
- Promozione delle **peculiarità** del territorio
  - Creazione di un **marchio di valorizzazione territoriale** che identifichi l'offerta territoriale
  - Creazione di un unico calendario di eventi che crei sinergie tra cultura e prodotti enogastronomici e "territorio"
- **Innovazione** per il territorio
  - Avvio di percorsi volti ad una nuova tipologia di offerta del territorio (sinergie tra differenti settori, miglioramento metodi di trasformazione e commercializzazione)
- Percorsi di **formazione**
  - Avvio di percorsi formativi volti a migliorare l'offerta e la promozione del prodotto

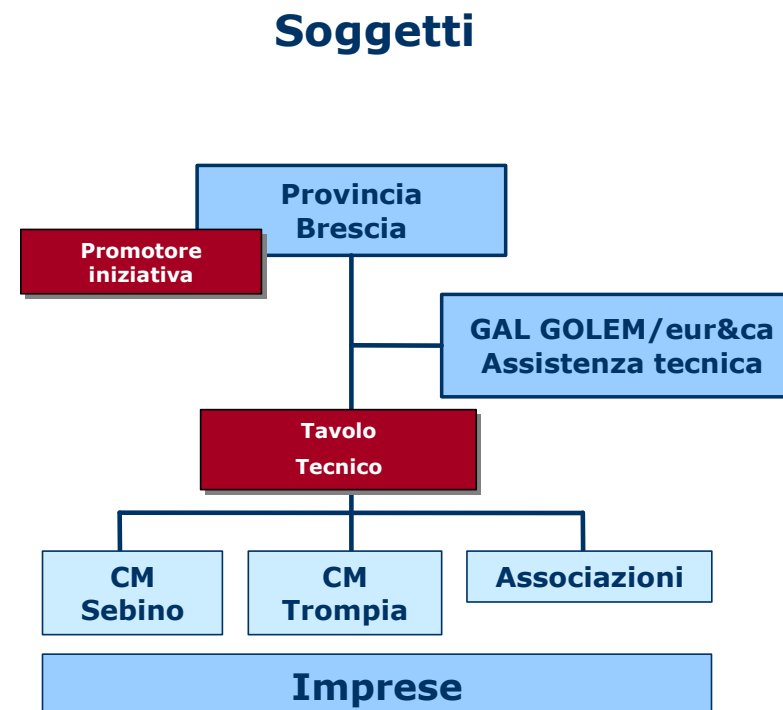
## 9. Quale rapporto intercorre tra distretto e GAL?

Il Distretto rurale non si sovrappone al GAL, ma i due strumenti si integrano e completano, in un'ottica di una migliore offerta strategica per il territorio.

Il Distretto rurale si pone quale **contenitore di progettualità** ed iniziative proposte dal territorio.



## 10. Qual è il modello operativo del bando?



## 11. Quale funzione per la società di distretto?

- La società di Distretto potrà assumere la forma di società consortile.
- I suoi compiti riguarderanno:
  - supporto allo sviluppo rurale mediante il **favorimento di processi innovativi e competitivi** e lo **sviluppo di sinergie** tra i diversi settori economici locali
  - **coordinamento** degli strumenti di programmazione e di spesa per l'individuazione di **nuove fonti di finanziamento** e crescita competitiva
  - azioni di **marketing territoriale** volte all'attrazione di nuovi utenti sul territorio

## 12. Prossimi passi

I prossimi passi necessari per realizzare il Distretto rurale sono i seguenti:

- Verifica con le imprese circa l'interesse a partecipare al bando e le linee guida generali

>> da subito

- Analisi delle istanze del territorio (scheda raccolta progettualità)

>> entro 14 maggio

- stesura della strategia progettuale con relativa raccolta dei dati necessari

>> entro 31 maggio

- Formalizzazione Accordo parternariale

>> entro 5 giugno

- Candidatura a bando

>> entro 15 giugno

## **GAL GÖLEM**

**Via Roma 41 Sale Marasino**  
**marco.pennacchio@galgolem.org**  
**rosaria.paterlini@galgolem.org**

## **Eur&Ca srl**

**Via Valtellina 6 Milano**  
**Federica Sala - f.sala@eurca.com**