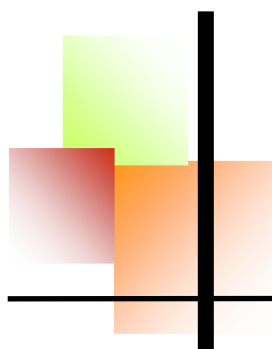
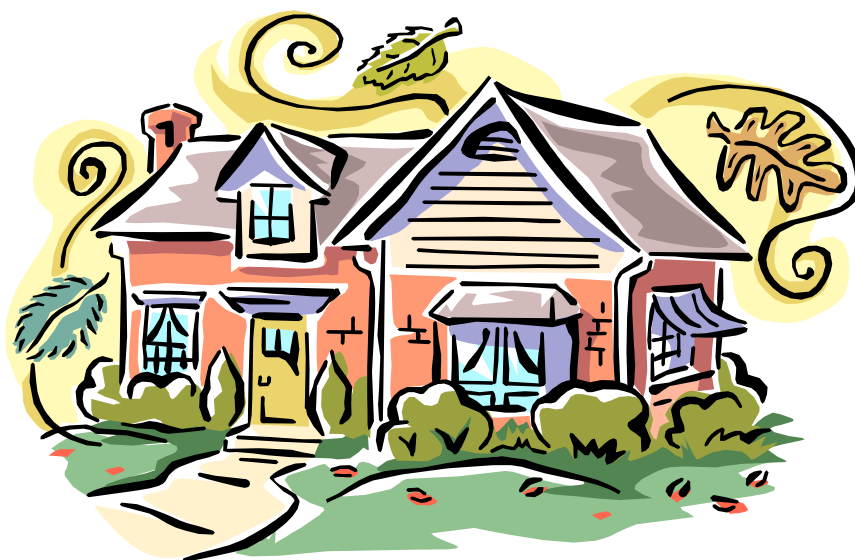




Associazione
Sviluppo Rurale



MODELLO DI RIPOPOLAMENTO DEI TERRITORI RURALI E MONTANI



**Lo sviluppo locale attraverso l'adozione
di una politica dell'accoglienza di
nuovi residenti ed investimenti esogeni**

Sede Legale: Via delle Macchiette 33 06042 Campello sul Clitunno

Sede operativa: P.zza 23 Luglio 5 - 06040 Scheggino P. IVA 02547410544

Tel +39 743 613410 Fax +39 743 613411 e-mail: luciano@atsr.net ----- info@atsr.net

SOMMARIO

1. Premessa

1.1. Situazione attuale nei territori rurali e montani

1.2. Perché la necessità di ripopolare i territori

2. Strategia adottata

2.1. Strategia generale dell'intervento

2.2. Creare una offerta d'attività nello spazio rurale e montano

2.3. Metodologia utilizzata (azioni chiave)

2.4. L'attore principale (l'Agente di Ripopolamento Rurale)

2.5. Un sistema di partenariati locali

3. Azioni da realizzare

3.1. Individuazione dei territori su cui intervenire con il progetto

3.2. Costituzione del Comitato di Pilotaggio

3.3. Sensibilizzazione degli attori locali

3.4. Formazione dell'Attore principale (Agente di Ripopolamento Rurale)

3.5. Far emergere il potenziale dei territori rurali

3.6. Costruzione dell'offerta di attività

3.7. Partecipazione alla Fiera nazionale "Vivere in Campagna"

4. Obiettivi dell'Associazione Sviluppo Rurale

4.1. Intermedio

4.2. Finale

5. Partenariato transnazionale

1. Premessa

1.1. Situazione attuale nei territori rurali e montani

L'Italia, come tutti sanno, è un paese in cui l'emigrazione è stato un fenomeno sociale a partire dalla fine del 1800, con delle punte molto forti negli anni venti e dopo la fine della seconda guerra mondiale, anni cinquanta e sessanta.

Questo fenomeno, che in alcune località rurali, soprattutto nel meridione ha assunto dimensioni veramente drammatiche, ha provocato nel corso degli anni, un fortissimo spopolamento delle campagne a favore delle grandi aree metropolitane nazionali e di alcuni paesi europei, americane ed Australia; fonti Ministeriali indicano la cifra di sessanta milioni di Italiani che vivono all'estero.



L'emigrazione, è un fenomeno sociale che impoverisce fortemente le comunità che ne subiscono gli effetti in quanto, le migliori forze produttive ed intellettuali partono, il paese si impoverisce, perde dinamicità e capacità di crescita endogena, la sua economia diventa assistenziale e si avvia verso un declino economico che innesca nuovi abbandoni, in una spirale senza fine.

L'abbandono delle terre, ha anche provocato dei danni all'ambiente difficilmente sanabili, che sommati al selvaggio sfruttamento urbanistico sono diventati nel corso degli anni vere emergenze con costi per la collettività molto elevati.

Ancora oggi si sentono gli effetti di quanto sopra evidenziato, girando per le campagne italiane, specialmente al sud, si vedono interi paesi semi abbandonati, con la sola presenza di anziani che vivono di pensione, il più delle volte sociale.

1.2 Perché la necessità di ripopolare i territori rurali e montani

Come sopra evidenziato, la drammaticità del fenomeno emigratorio ha creato sacche di povertà e di dissesto idrogeologico dell'ambiente, occorre quindi porre in essere delle azioni che avviino una sensibilizzazione a tutti i livelli, sia politica che sociale dei territori rurali e montani.

Sensibilizzazione necessaria per attivare iniziative, la cui realizzazione favorisce l'adozione di politiche strutturali adeguate, la crescita di una cultura dell'accoglienza, la creazione di attività economiche, un aumento demografico ed una rivitalizzazione generale delle comunità locali.

Di seguito, proponiamo una strategia di ripopolamento dei territori rurali e montani, adottando una metodologia in parte frutto della esperienza dell'Associazione Sviluppo Rurale ed in parte mutuata dall'esperienza decennale, dell'Associazione Collectif Ville-Campagne della Regione Limousin (Francia).

Il momento è particolarmente favorevole, per l'adozione di questa strategia in quanto sono presenti le seguenti condizioni:

1. costante diminuzione della qualità della vita nelle grandi città, favorisce la richiesta di spazio rurale, da parte di intere fasce sociali, che desiderano reimpostare la propria vita in un contesto più "umano"
2. presenza della rete nazionale dell'Associazione Sviluppo Rurale che, attraverso i suoi associati pubblici e privati, presenti su tutto il territorio nazionale, permette la realizzazione di progetti strutturati e complessi, garantendo nello stesso tempo la partecipazione attiva di tutti gli interessati alla iniziativa.



2. Strategia adottata

2.1 Strategia generale dell'intervento

La nostra strategia è per certi aspetti molto semplice e cioè:

attivare delle azioni strutturate secondo una precisa metodologia, (riproducibile su tutti i territori rurali e montani), con l'obiettivo di creare le condizioni affinché si concretizzi:

una "emersione" del potenziale territoriale per la creazione di una offerta di attività locale, una offerta di attività organizzata nello spazio rurale definita PIANO DI OFFERTA DI ATTIVITA' LOCALE (POAL) una adeguata politica dell'accoglienza di nuovi residenti una corretta installazione nello spazio rurale di nuovi residenti portatori di un progetto di vita ed imprenditoriale una rivitalizzazione economica e sociale degli spazi rurali

2.2. Creare una offerta d'attività dello spazio rurale e montano

Il "cittadino" che vuole trasferirsi in campagna concretizza la sua scelta, solo se ci sono le giuste condizioni per un progetto di vita, imprenditoriale e/o di lavoro dipendente; ecco allora che una offerta di attività concreta e condivisa dal territorio, è basilare per rendere "appetibile" il territorio e duratura la nuova installazione.

creazione di una offerta di attività, deve essere però una **attitudine permanente** adottata da tutti gli attori locali, che permette di far emergere i potenziali del territorio e le sue opportunità; ed è anche un **percorso sistematico**, come metodo di creazione di attività pragmatica che permette di concretizzare tutti i potenziali di attività e di riferimento. Questo percorso deve **essere attivato dagli**

amministratori locali che potranno essere affiancati dalla figura dell'attore principale che è "l'Agente di Ripopolamento Rurale", di cui in seguito viene indicato il profilo professionale.

Possiamo quindi dire che "il ripopolamento dei territori rurali e montani passa attraverso una corretta offerta di attività nei territori rurali e montani" in quanto, la creazione di attività favorisce la nascita della vitalità necessaria ai residenti ed è l'attrattiva desiderata per quelli che vogliono venire ad installarsi nello spazio rurale.

Schema sintetico



2.3. Metodologia utilizzata (azioni chiave)

In primo luogo occorre dire che l'offerta d'attività nello spazio rurale si fonda su due precise constatazioni, in relazione fra di loro secondo un percorso metodologico di costruzione del progetto, con l'obiettivo di far arrivare nuovi residenti ed installare delle attività nello spazio rurale .

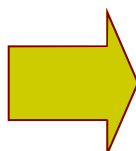
1. **gli spazi rurali hanno tutti dei potenziali per la creazione di attività economica, sociale e culturale da far emergere o da riconvertire; essi esistono a differenti stadi (idee, progetti, ecc...)**
2. **Tutte le persone che aspirano ad una migliore qualità della vita, sono dei potenziali creatori di attività.**



Partendo da queste considerazioni, il nostro percorso metodologico è strutturato su quattro grandi fasi (tappe):

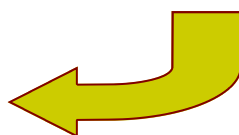
1. L'emergenza del potenziale

Conoscere le caratteristiche del "potenziale" esistente all'interno del territorio, i suoi punti di forza e debolezze, le sue forze vive, i suoi potenziali di creazione di attività e di accoglienza, al fine di mobilitare i partner più adeguati e convalidarlo con la popolazione locale.



2. La costruzione dell'offerta di attività a partire dal potenziale

Dopo la convalidazione dell'idea di attività e del potenziale di accoglienza da parte della popolazione locale, si organizza nella pratica l'offerta di attività, che deve permettere l'installazione del candidato. La metodologia utilizzata è quella della unificazione ed assemblaggio di tutti gli elementi come gli alloggi, i possibili aiuti locali, l'accoglienza della popolazione locale, il lavoro del coniuge ecc...; progetto che viene successivamente convalidato attraverso incontri mirati con la popolazione locale.



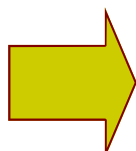
3. Fiera nazionale sul ripopolamento VIVERE IN CAMPAGNA



4. La ricerca del candidato e di investimenti esogeni

Per ricercare un possibile candidato, occorre promuovere il territorio e le sue potenzialità; di conseguenza, l'offerta di attività deve essere pubblicizzata dai "media" specializzati di settore; con il passa parola; con incontri mirati ecc... Tutti i mezzi sono adatti al raggiungimento dello scopo. Alla fine viene fatta una selezione per la individuazione e scelta del miglior candidato in funzione delle sue caratteristiche, quelle del territorio, dei costi, delle sue risorse disponibili ecc... In questa fase costituiamo anche un "gruppo locale/polo di accoglienza/sito di prossimità" che avrà il compito di Ricercare delle soluzioni;

Assistere il candidato nel territorio e nell'attività, con una "mobilitazione" quasi permanente.



5. L'installazione del candidato

Il candidato deve essere un creatore di attività e portatore di risorse finanziarie e, per non vanificarle deve essere facilitata la sua integrazione nello spazio rurale. Occorre quindi mettere in campo delle azioni di accompagnamento (gruppo locale), per assisterlo nella realizzazione del suo progetto imprenditoriale e di vita nella Comunità locale.

2.4. L'attore principale (l'Agente di Ripopolamento Rurale)

L'Agente di Ripopolamento Rurale, occupa una posizione centrale nel processo della costruzione dell'offerta di attività e di richiamo di nuovi residenti. Esso inizia il percorso per la ricerca dei potenziali locali, anima una attenta e costante ricognizione nel territorio e realizza le azioni puntuali e periodiche.

Gestisce e/o coordina il "gruppo locale/polo di accoglienza/sito di prossimità", fa convalidare il potenziale del territorio, anima e coordina la costruzione dell'offerta d'attività, gestisce la ricerca dei candidati, utilizza tutti gli strumenti più adatti per ciascun tipo di attività che può essere inserita nel percorso metodologico delle quattro fasi. In sintesi l'Agente di Ripopolamento Rurale assicura le seguenti funzioni principali:

1. l'animazione del territorio
2. l'assemblaggio delle offerte di attività
3. l'installazione del candidato

Il suo compito è così sintetizzato:

- Concepire, organizzare, animare e realizzare le azioni per identificare il potenziale di attività
- Qualificare e mettere in ordine i potenziali identificati, mobilitare le capacità degli esperti per lo sviluppo del territorio
- Costituire ed animare il gruppo locale, nel ruolo di riflessione, di mediazione ed informazione
- Organizzare e coordinare un ambiente tecnico adatto per studiare la fattibilità delle attività a partire dai potenziali, con l'assemblaggio degli elementi costitutivi delle offerte d'attività.
- Strutturare e animare la ricerca dei candidati con l'utilizzazione dei mezzi di diffusione esistenti.
- Mettere in opera l'accompagnamento dell'installazione del candidato e l'appoggio alla sua integrazione locale.

Competenze tecniche

Gestione dell'informazione

1. Mettere in opera un sistema di osservazione per reperire le informazioni
2. Ricercare le informazioni, controllare i metodi di collegamento dell'informazione
3. Analizzare, classificare, aggiornare e trasmettere l'informazione
4. Redigere delle note di sintesi e delle tavole di formalizzazione degli strumenti raccolti



Animazione del partenariato

- Conoscere gli attori del territorio
- Identificare i partner
- Elaborare una strategia di partenariato
- Produrre e far circolare le informazioni
- Organizzare e animare gli incontri e le riunioni
- Negoziare
- Formalizzare e valutare il lavoro fatto in partenariato



Realizzazione delle azioni

- Mettere in opera un sistema di osservazione sull'impiego e la creazioni d'attività
- Analizzare i bisogni e le problematiche
- Analizzare i progetti
- Negoziare i contenuti e le modalità delle azioni
- Realizzare un piano d'azione
- Realizzare una richiesta di offerta
- Ricercare e mobilitare degli attori
- Pilotare e seguire l'azione
- Conoscere il suo territorio
- Controllare le tecniche d'analisi e di conduzione del progetto



Competenze di base

- Conoscenza del suo ambiente territoriale (attori locali, istituzioni, popolazione, attività)
- Conoscenza dello spazio rurale
- Conoscenza delle tecniche e tecnologie di comunicazione
- Conoscenza della burocrazia
- Organizzare e gestire il suo tempo
- Condurre dei colloqui, ascoltare, osservare, riformulare, analizzare la domanda dei suoi interlocutori.
- Organizzare e animare una riunione di lavoro, saper lavorare in gruppo ed in partenariato.



2.5. Un sistema di partenariati locali

Il nostro modello, per avere incisività e poter raggiungere gli obiettivi prefissati, deve mobilitare tutti gli attori locali dello sviluppo sia pubblici che privati. Per tale motivo deve essere previsto un Comitato di Pilotaggio, all'interno del quale saranno chiamati a partecipare gli Enti Pubblici, le Associazioni di Categoria, le Camere di Commercio e le Collettività Locali.

3. Azioni da realizzare

3.1. Individuazione dei territori su cui intervenire con il progetto

Attraverso incontri mirati con gli attori locali e regionali, devono essere individuati i territori su cui è più importante intervenire con le attività progettuali, secondo una priorità che gli stessi responsabili indicheranno.



3.2. Costituzione del Comitato di pilotaggio

Deve essere costituito un Comitato di Pilotaggio partecipato dai soggetti delegati dai territori partecipanti al progetto; esso avrà il compito di far partecipare in modo attivo e propositivo alle varie attività tutti gli attori locali pubblici e privati presenti negli spazi rurali.

3.3. Sensibilizzazione degli attori locali

E' una azione di estrema importanza in quanto, si potrà adottare ed applicare la metodologia di ripopolamento proposta, solo con la consapevole, sincera e fattiva collaborazione delle Amministrazioni Pubbliche locali. La metodologia di partecipazione e coinvolgimento che verrà utilizzata, passerà attraverso la realizzazione di Forum specifici, di dibattiti, di incontri bilaterali, con pubblicazione di manuali, prodotti audiovisivi ecc.

3.4. Formazione dell'attore principale (Agente di Ripopolamento Rurale)



attore principale di tutto il processo, quindi deve essere formato adeguatamente e, soprattutto, deve provenire dal mondo rurale del territorio ed avere una competenza trasversale; sia ambientale e di marketing del territorio che umanistica per affrontare le problematiche sociali delle popolazioni residenti.

3.5. Far emergere il potenziale dei territori rurali e montani

E' la prima fase della nostra metodologia ed é importantissima, su questa fase si basa tutto il lavoro successivo.

La metodologia che verrà utilizzata deve basarsi sulla piena partecipazione di tutti gli attori locali, su una conoscenza ed analisi del territorio molto approfondita e volta alla individuazione della/e filiera/e trainanti su cui intervenire; successivamente i passerà all'assemblaggio di tutto il potenziale individuato, per poi proseguire alla costruzione reale della offerta di attività nello spazio rurale. Parte finale della fase della emersione del potenziale, sarà la sua convalida e condivisione da parte della popolazione locale.



3.6. Costruzione dell'offerta di attività

E' la seconda fase , all'interno della quale si costruirà praticamente l'offerta di attività nella filiera individuata, tenendo conto di tutti gli elementi qualificanti come gli alloggi, gli eventuali aiuti locali al candidato, il tipo di accoglienza da parte della popolazione locale, i servizi ecc.

Ultimo passaggio altrettanto importante è la validazione della offerta di attività costruita, da parte della popolazione locale, che dovrà convivere con il candidato/imprenditore che viene dall'esterno del territorio e con una mentalità, cultura ed esperienze diverse.

Esperienze dirette dimostrano che questo è un momento molto delicato che, se mal gestito può far fallire l'installazione ed il ritorno del candidato in città.



3.7. Partecipazione alla fiera nazionale "Vivere in Campagna"

A questo punto del progetto, si è individuato un potenziale preciso ed una offerta concreta di attività per ogni territorio, che, essendo stata validata dalla popolazione locale, può essere pubblicizzata per trovare il candidato con la successiva installazione nel territorio.



La pubblicizzazione della offerta di attività, oltre ai Media, normalmente molto costosi, può essere realizzata anche attraverso una Fiera specifica a livello nazionale che metta in confronto i due aspetti della nostra metodologia e del progetto che sono:

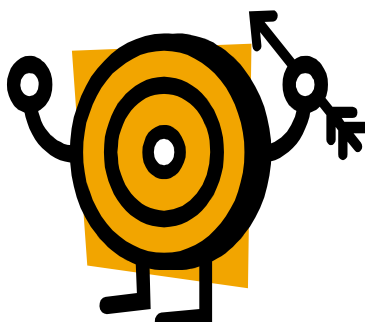
L'offerta di attività nello spazio rurale da parte del "territorio locale"

La richiesta di attività nello spazio rurale da parte di candidati che vivono fuori dal territorio e che sono portatori di idee e di risorse finanziarie.

Alla fiera parteciperanno i territori che hanno adottato la politica dell'accoglienza di nuovi residenti ed investimenti esogeni, portandovi le loro realtà e offerte di spazio rurale. .
La prima Fiera nazionale verrà organizzata insieme in Umbria, in una struttura adeguata alle esigenze, ed occupa una posizione geografica ottimale, potendo essere raggiunta facilmente sia dal Sud che dal Nord dell'Italia.

4. Obiettivi dell'Associazione Sviluppo Rurale

4.1. Intermedio



A livello intermedio, ci poniamo l'obiettivo di sensibilizzare gli attori locali dei territori, soprattutto le Amministrazioni Pubbliche, e di aver inciso in modo determinante nella programmazione delle politiche locali in materia di accoglienza di nuovi residenti portatori di idee, di progetti imprenditoriali e di vita.

4.2. Finale

Far adottare da tutti i territori rurali la politica dell'accoglienza di nuovi residenti ed investimenti esogeni, come strumento di sviluppo socio economico di intere aree rurali e montane; alcune del quali sono a rischio concreto di **"desertificazione sociale"** con tutte le conseguenze ambientali e sociali che ne potrebbero derivare. L'Associazione Sviluppo Rurale, si pone come struttura di assistenza tecnica alle Amministrazioni locali e soggetti privati per adottare la politica dell'accoglienza come strumento di crescita locale.

L'Associazione Sviluppo Rurale, vanta una forte esperienza nel settore, ed ha al proprio interno specifiche professionalità e competenze, maturare sia a livello nazionale italiano che a livello transnazionale.

5. Partenariato transnazionale

Come indicato in precedenza, abbiamo stretto accordi di collaborazione con alcune strutture francesi ed in particolare con l'Associazione Collectif Ville-Campagne della Regione Limousin (Francia), che vanta una esperienza decennale. Esperienza che ha permesso di risolvere definitivamente il problema demografico della Regione, avendo attualmente un saldo migratorio positivo di circa 5.000 unità/anno.

